




3 1761 11650363 2



Digitized by the Internet Archive
in 2023 with funding from
University of Toronto

<https://archive.org/details/31761116503632>



First Session
Thirty-eighth Parliament, 2004-05

SENATE OF CANADA

*Proceedings of the Standing
Senate Committee on*

Transport and Communications

Chair:
The Honourable JOAN FRASER

Thursday, April 21, 2005

Issue No. 17

Thirty-sixth and thirty-seventh meetings on:
The current state of Canadian media industries

WITNESSES:
(See back cover)

Première session de la
trente-huitième législature, 2004-2005

SÉNAT DU CANADA

*Délibérations du Comité
sénatorial permanent des*

Transports et des communications

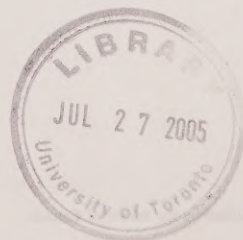
Présidente :
L'honorable JOAN FRASER

Le jeudi 21 avril 2005

Fascicule n° 17

Trente-sixième et trente-septième réunions concernant :
L'état actuel des industries de médias canadiennes

TÉMOINS :
(Voir à l'endos)



THE STANDING SENATE COMMITTEE
ON TRANSPORT AND COMMUNICATIONS

The Honourable Joan Fraser, *Chair*

The Honourable David Tkachuk, *Deputy Chair*

and

The Honourable Senators:

* Austin, P.C. (or Rompkey, P.C.) Carney, P.C. Chaput Eyton Johnson	* Kinsella (or Stratton) Merchant Munson Phalen Trenholme Counsell
--	---

*Ex officio members

(Quorum 4)

LE COMITÉ SÉNATORIAL PERMANENT
DES TRANSPORTS ET DES COMMUNICATIONS

Présidente : L'honorable Joan Fraser

Vice-président : L'honorable David Tkachuk

et

Les honorables sénateurs :

* Austin, C.P. (ou Rompkey, C.P.) Carney, C.P. Chaput Eyton Johnson	* Kinsella (ou Stratton) Merchant Munson Phalen Trenholme Counsell
--	---

*Membres d'office

(Quorum 4)

MINUTES OF PROCEEDINGS

DIEPPE, Thursday, April 21, 2005
(40)

[English]

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day, at 8:53 a.m., in the Champlain Room, of the Ramada Plaza Crystal Palace Hotel, 499 Paul Street, Dieppe, New Brunswick, the Chair, the Honourable Joan Fraser, presiding.

Members of the committee present: The Honourable Senators Eyton, Fraser, Munson and Trenholme Counsell (4).

In attendance: David M. Black, Special Advisor to the Committee.

Also in attendance: The official reporters of the Senate.

Pursuant to the Order of Reference adopted by the Senate on Tuesday, October 19, 2004, the committee continued its examination of the current state of Canadian media industries. (*For complete text of Order of Reference, see proceedings of the committee, Issue No. 1, dated October 7, 2004.*)

WITNESSES:

As an individual:

Erin Steuter, Associate Professor, Department of Sociology, Mount Allison University.

Charlottetown Guardian:

Gary MacDougall, Managing Editor.

As individuals:

Philip Lee, Director of Journalism, St. Thomas University;

Jackie Webster;

Robert Pichette.

Ms. Steuter made a statement and answered questions.

Mr. MacDougall made a statement and answered questions.

Mr. Lee made a statement and answered questions.

Ms. Webster made a statement and, with Mr. Pichette, answered questions.

At 12:17 p.m., it was agreed that the committee adjourn to the call of the Chair.

ATTEST:

PROCÈS-VERBAUX

DIEPPE, le jeudi 21 avril 2005
(40)

[Traduction]

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui à 8 h 53 dans la salle Champlain de l'hôtel Ramada Plaza Crystal Palace, 499 rue Paul, Dieppe, Nouveau-Brunswick, sous la présidence de l'honorable Joan Fraser (*présidente*).

Membres du comité présents : Les honorables sénateurs Eyton, Fraser, Munson et Trenholme Counsell (4).

Est présent : David M. Black, conseiller spécial du comité.

Sont également présents : Les sténographes officiels du Sénat.

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le mardi 19 octobre 2004, le comité poursuit l'examen de l'état actuel des industries de médias canadiennes. (*Le texte intégral de l'ordre de renvoi figure dans le fascicule n° 1 des délibérations du comité du 7 octobre 2004.*)

TÉMOINS :

À titre personnel :

Erin Steuter, professeure agrégée, Département de sociologie, Université Mount Allison.

Charlottetown Guardian :

Gary MacDougall, rédacteur en chef.

À titre personnel :

Philip Lee, directeur du journalisme, Université St. Thomas;

Jackie Webster;

Robert Pichette.

Mme Steuter fait une déclaration et répond aux questions.

M. MacDougall fait une déclaration et répond aux questions.

M. Lee fait une déclaration et répond aux questions.

Mme Webster fait une déclaration et, avec M. Pichette, répond aux questions.

À 12 h 17, il est convenu que le comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

ATTESTÉ :

DIEPPE, Thursday, April 21, 2005
(41)

[English]

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day, at 1:18 p.m., in the Champlain Room, of the Ramada Plaza Crystal Palace Hotel, 499 Paul Street, Dieppe, New Brunswick, the Chair, the Honourable Joan Fraser, presiding.

Members of the committee present: The Honourable Senators Fraser, Munson, and Trenholme Counsell (3).

In attendance: David M. Black, Special Advisor to the Committee.

Also in attendance: The official reporters of the Senate.

Pursuant to the Order of Reference adopted by the Senate on Tuesday, October 19, 2004, the Committee continued its examination of the current state of Canadian media industries. (*For complete text of Order of Reference, see proceedings of the committee, Issue No. 1, dated October 7, 2004.*)

WITNESSES:

As individuals:

David Henley;
Jack McAndrew.

L'Acadie Nouvelle:

Clarence LeBreton, President of the Board of Directors;
Jean St-Cyr, Managing Editor;
Gilles F. Haché, Director of Sales and Marketing.

As individuals:

John Steeves;
David Cadogan, Past President, Canadian Community Newspapers Association;
Jonathan Franklin;
Bernard Robichaud, Agence de presse atlantique inc.;
Bethany Thorne-Dykstra;
Eric Tobin;
Charles LeBlanc;
Gilles Haché, Le Moniteur Acadien;
Claude Bourque;
Kevin Matthews, Max Media Ltd.;
Maurice Rainville;
Jean-Marie Nadeau, New Brunswick Federation of Labour;
John Murphy, New Brunswick Federation of Labour.
Mr. Henley made a statement and answered questions.

DIEPPE, le jeudi 21 avril 2005
(41)

[Traduction]

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui à 13 h 18 dans la salle Champlain de l'hôtel Ramada Plaza Crystal Palace, 499 rue Paul, Dieppe, Nouveau-Brunswick, sous la présidence de l'honorable Joan Fraser (*présidente*).

Membres du comité présents : Les honorables sénateurs Fraser, Munson et Trenholme Counsell (3).

Est présent : David M. Black, conseiller spécial du comité.

Sont également présents : Les sténographes officiels du Sénat.

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le mardi 19 octobre 2004, le comité poursuit l'examen de l'état actuel des industries de médias canadiennes. (*Le texte intégral de l'ordre de renvoi figure dans le fascicule n° 1 des délibérations du comité du 7 octobre 2004.*)

TÉMOINS :

À titre personnel :

David Henley;
Jack McAndrew.

L'Acadie Nouvelle :

Clarence LeBreton, président du Conseil d'administration;
Jean St-Cyr, rédacteur en chef;
Gilles F. Haché, directeur, ventes et marketing.

À titre personnel :

John Steeves;
David Cadogan, président sortant, Canadian Community Newspapers Association;
Jonathan Franklin;
Bernard Robichaud, Agence de presse atlantique inc.;
Bethany Thorne-Dykstra;
Eric Tobin;
Charles LeBlanc;
Gilles Haché, Le Moniteur Acadien;
Claude Bourque;
Kevin Mathews, Max Media Ltd.;
Maurice Rainville;
Jean-Marie Nadeau, Fédération des travailleuses et travailleurs du Nouveau-Brunswick,
John Murphy, Fédération des travailleuses et travailleurs du Nouveau-Brunswick.
M. Henley fait une déclaration et répond aux questions.

Mr. McAndrew made a statement and answered questions.

Mr. LeBreton made a statement and, with Messrs. Saint-Cyr and Haché, answered questions.

At 3:35 p.m., the committee suspended.

At 3:45 p.m., the committee resumed.

Mr. Steeves made a statement and answered questions.

Mr. Cadogan made a statement and answered questions.

Mr. Franklin made a statement and answered questions.

Mr. Robichaud made a statement and answered questions.

Ms. Thorne-Dykstra made a statement and answered questions.

Mr. Tobin made a statement and answered questions.

Mr. LeBlanc made a statement and answered questions.

Mr. Haché made a statement and answered questions.

Mr. Bourque made a statement and answered questions.

Mr. Mathews made a statement and answered questions.

Mr. Rainville made a statement and answered questions.

Messrs. Nadeau and Murphy made a statement and answered questions.

At 6:18 p.m., it was agreed that the committee adjourn to the call of the Chair.

ATTEST:

Le greffier du comité,

Till Heyde

Clerk of the Committee

M. McAndrew fait une déclaration et répond aux questions.

M. LeBreton fait une déclaration et, avec MM. St-Cyr et Haché répond aux questions

À 15 h 35, la séance est suspendue.

À 15 h 45, la séance reprend.

M. Steeves fait une déclaration et répond aux questions.

M. Cadogan fait une déclaration et répond aux questions.

M. Franklin fait une déclaration et répond aux questions.

M. Robichaud fait une déclaration et répond aux questions.

Mme Thorne-Dykstra fait une déclaration et répond aux questions.

M. Tobin fait une déclaration et répond aux questions.

M. LeBlanc fait une déclaration et répond aux questions.

M. Haché fait une déclaration et répond aux questions.

M. Bourque fait une déclaration et répond aux questions.

M. Mathews fait une déclaration et répond aux questions.

M. Rainville fait une déclaration et répond aux questions.

MM. Nadeau et Murphy font une fait une déclaration et répondent aux questions

À 18 h 18, il est convenu que le comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

ATTESTÉ :

EVIDENCE

DIEPPE, Thursday, April 21, 2005

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day at 8:53 a.m. to examine the current state of Canadian media industries; emerging trends and developments in these industries; the media's role, rights and responsibilities in Canadian society; and current and appropriate future policies relating thereto.

Senator Joan Fraser (Chairman) in the Chair.

[Translation]

The Chairman: Honourable senators, it is a pleasure for me to welcome you to this meeting of the Standing Senate Committee on Transport and Communications here in Moncton, or more precisely in Dieppe, New Brunswick.

We are pursuing our study of the news media and of the appropriate role of public policy in helping to ensure that the Canadian news media remain healthy, independent, and diverse, in light of the tremendous changes that have occurred in recent years, notably globalization, technological change, convergence, and increased concentration of ownership.

[English]

This morning, we are pleased to begin by welcoming Professor Erin Steuter, who is with the Department of Sociology at Mount Allison University in Sackville.

Thank you for joining us, Dr. Steuter. I understand you have been told about the way we generally go. In fact, I gather you know almost as much about this committee as we do. We ask you to begin with an opening statement of about 10 minutes, and then we will ask you some questions.

The floor is yours.

Ms. Erin Steuter, Associate Professor, Department of Sociology, Mount Allison University, as an individual: Living in New Brunswick where all the English daily papers are owned by one company means there is very little variety in the type of news that is available to New Brunswick readers. We face classic problems of monopoly media ownership in which homogeneity and a narrow range of opinion are common features of the news media.

For example, all three New Brunswick daily papers recently ran editorials praising the appointment of former New Brunswick Premier Frank McKenna's ambassadorship to the United States. While this editorial position may well reflect the view of each paper's editorial team, after 10 years as the leader of a provincial Liberal party that was soundly rejected at the polls at the end of his term, it is likely that many New Brunswickers share a different view. The homogeneity of the editorial position of the three

TÉMOIGNAGES

DIEPPE, le jeudi 21 avril 2005

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui à 8 h 53 pour étudier l'état actuel des industries de médias canadiens; les tendances et les développements émergents au sein de ces industries; le rôle, les droits et les obligations des médias dans la société canadienne; et les politiques actuelles et futures appropriées par rapport à ces industries.

Le sénateur Joan Fraser (présidente) occupe le fauteuil.

[Français]

La présidente : Honorables sénateurs, je suis heureuse de vous accueillir à cette séance du Comité sénatorial des transports et des communications à Moncton, à Dieppe plus précisément, au Nouveau-Brunswick.

Nous poursuivons notre étude des médias d'information et le rôle que l'État devrait jouer pour aider les médias à demeurer vigoureux, indépendants et diversifiés dans le contexte des bouleversements qui ont touché ce domaine au cours des dernières années, notamment la mondialisation, les changements technologiques, la convergence et la concentration de la propriété.

[Traduction]

Ce matin, nous sommes heureux d'accueillir, pour commencer, la professeure Erin Steuter, du Département de sociologie de l'Université Mount Allison, à Sackville.

Merci de vous être jointe à nous, madame Steuter. On vous a, je pense, expliqué notre façon de faire habituelle. J'ai d'ailleurs l'impression que vous en savez autant que nous sur le comité ici réuni. Nous vous demandons donc d'ouvrir le bal avec une déclaration liminaire d'environ dix minutes, après quoi nous vous poserons des questions.

Vous avez la parole.

Mme Erin Steuter, professeure agrégée, Département de sociologie, Université Mount Allison, à titre personnel : Vivre au Nouveau-Brunswick où tous les quotidiens de langue anglaise appartiennent à une seule et même société signifie que les lecteurs néo-brunswickois ont accès à une variété très limitée quant aux types de nouvelles qui sont disponibles. Nous nous trouvons ainsi confrontés aux problèmes classiques de la propriété monopolistique des médias, dont l'homogénéité et une étroite fourchette d'opinions sont des caractéristiques courantes.

Par exemple, les trois quotidiens du Nouveau-Brunswick ont récemment publié des éditoriaux louant la nomination de l'ancien premier ministre du Nouveau-Brunswick, M. Frank McKenna, comme ambassadeur du Canada aux États-Unis. Même si cette position rédactionnelle reflète peut-être bien l'opinion de l'équipe de rédaction de chacun de ces quotidiens, étant donné qu'après ses dix années comme chef du Parti libéral provincial M. McKenna a été solidement rejeté lors du scrutin tenu à la

papers meant that the people lost out on the ability to hear any other perspective on this issue.

Living in New Brunswick, where all the English language daily papers are owned by a single large capitalist enterprise means that the voice of the corporate world speaks loudly, and the coverage of labour focuses on confrontational and controversial events, such as strikes, in which labour is often the scapegoat.

For example, this month all three papers ran editorials critical of the New Brunswick teachers in their contract negotiations with the government. Phrases such as “out of touch with reality,” “outrageously high salary increases,” “drag students into the dispute,” and “distasteful game of chess” were peppered throughout the editorials revealing a pattern of Irving coverage of labour issues that typically portrays labour as the active and disruptive party.

However, living in New Brunswick, where all the English language daily papers are owned by the most powerful economic entity in the province, means something else entirely. The Irving empire, which includes over 300 companies, has an estimated net worth of approximately \$4 billion, and employs 8 per cent of the New Brunswick labour force in operations that span forestry, transportation, and construction, is not exposed to investigative journalistic inquiry in the province’s daily papers. Instead, critical observers of the media can easily identify the self-serving nature of the Irving’s media coverage on any issue that concerns themselves.

For example, all three Irving papers ran similar news headlines that defended their bosses from accusations of undue influence when it was revealed that they had given government ministers free plane trips and fishing junkets. The national media reported on the case of the then federal industry minister, Allan Rock, who made highly favourable policy decisions affecting the Irving empire after he went on a fishing trip hosted by the Irvings. The national newspaper headlines read: “Rock faces new conflict-of-interest questions” in *The Globe and Mail*; “Rock disregarded ethics ruling to advance Irvings’ cause”; in the *National Post*; and “New questions arise over Rock, Irvings,” in *The Toronto Star*. However, a review of the headlines from the New Brunswick papers reads: “Rock defends Irving trip”; “Audit of Irving deal shows no evidence of conflict”; and “No Conflict in Fishing Trip.” Similarly, when it became apparent that our local MP, Claudette Bradshaw, had also benefited from the Irving’s trip, the Irving papers covered the story with the headline, “Bradshaw free flight scandal overblown.”

fin de son mandat, il est probable que les Néo-Brunswickois soient nombreux à avoir un avis différent. L’homogénéité de la position rédactionnelle des trois quotidiens a été telle que la population n’a pas pu entendre en la matière une autre perspective.

Vivre au Nouveau-Brunswick, où tous les quotidiens de langue anglaise appartiennent à une seule et même grosse entreprise capitaliste, c’est vivre dans un contexte tel que la voix du monde des affaires retentit haut et fort et où la couverture du monde du travail s’intéresse principalement aux situations de confrontation et de controverse, comme par exemple les grèves, où les travailleurs servent de boucs émissaires.

Par exemple, ce mois-ci, les trois quotidiens ont publié des éditoriaux très critiques des enseignants néo-brunswickois dans le cadre de leurs négociations contractuelles avec le gouvernement. En effet, les éditoriaux étaient truffés de formules du genre « décalés par rapport à la réalité », « augmentations salariales outrageusement élevées », « entraînant les élèves dans le différend » ou « déplaisant jeu d’échecs », fidèles au schéma de couverture Irving des questions patronales-syndicales, montrant du doigt les syndicats comme étant les mauvais joueurs.

Cependant, vivre au Nouveau-Brunswick, où tous les quotidiens de langue anglaise appartiennent à la plus puissante entité économique de la province, signifie quelque chose de tout à fait différent. L’empire Irving, englobant plus de 300 sociétés, a une valeur nette approximative de 4 milliards de dollars et employant 8 p. 100 de la main-d’œuvre néo-brunswickoise dans des activités aussi diverses que la foresterie, les transports et la construction, n’est pas exposé au journalisme d’enquête dans les quotidiens de la province. Au lieu de cela, les observateurs critiques des médias peuvent facilement relever la nature intéressée de la couverture médiatique du groupe Irving de toute question le concernant.

Par exemple, les trois journaux Irving ont publié des gros titres semblables défendant leurs patrons face aux accusations d’abus d’influence lorsqu’il est ressorti qu’ils avaient offert à des ministres des voyages gratuits en avion et des séjours de pêche. Les médias nationaux avaient fait état du cas du ministre fédéral de l’Industrie d’alors, M. Allan Rock, qui avait rendu des décisions très favorables à l’empire Irving après un séjour de pêche offert par la famille Irving. Quelques exemples des gros titres des journaux nationaux : « Rock confronté à de nouvelles questions de conflit d’intérêt », dans le *Globe and Mail*; « Rock a ignoré la décision du commissaire à l’éthique pour faire avancer la cause des Irving », dans le *National Post*; et « Nouvelles questions au sujet de Rock et des Irving », dans le *Toronto Star*. Mais voici un échantillon de gros titres parus dans les quotidiens du Nouveau-Brunswick : « Rock défend le voyage Irving »; « Une vérification chez les Irving ne révèle aucun conflit d’intérêt »; et « Aucun conflit en ce qui concerne le voyage de pêche ». De la même façon, lorsqu’il est devenu apparent que notre député local, Claudette Bradshaw, avait elle aussi bénéficié du voyage des Irving, les journaux Irving ont couvert l’affaire sous le titre que voici, « Scandale exagéré autour du vol gratuit de Bradshaw ».

The adage that you do not bite the hand that feeds you means the readers of the New Brunswick papers are being given a very different spin on news than readers in the rest of the country. In this case, the story attracted enough national media attention that local people had access to alternative perspectives by examining the national papers. However, due to the for-profit orientation of the media industry, which emphasizes wire service filler over investigative local news coverage, it is increasingly common for New Brunswick news issues to be neglected by the national news media. When our own provincial papers are owned by the local mega-corporation it leaves us with limited options to gain another perspective.

For example, Irving Oil recently negotiated a tax rate for their local liquefied natural gas terminal that gave the company a 25-year cap on the tax liability of the land, which many observers say amounts to only 10 per cent of the estimated value. The story was largely ignored outside the province, though some newspapers were running headlines that stated: "Decision to give N.B. gas plant a tax break could be based on wrong info"; and "Hundreds protest tax breaks for Irving." However, the Irving-owned papers were lecturing their readers in editorials and news stories on the benefits of the deal and warning of the dire consequences that would result if the deal was rescinded. Headlines in the Irving papers included: "Benefits justify using tax cap"; "Scrapping deal would send bad message: Irving rep"; "Business leaders call deal a 'huge opportunity'"; "Business owner fears impact if tax concession is rescinded."

The decline in investigative reporting of local and regional issues by the country's national papers has also resulted in a situation where the Irving-owned media can at times act as agenda setters for the rest of the media. In these cases, the Irving-owned media's version of certain events is reproduced uncritically in the national media without reference to the vested interest that the Irvings have on a particular issue.

For example, when the 27-month strike at Irving Oil concluded in 1996 with a humiliating defeat for the Communications, Energy and Paperworkers Union, the company required a process of ideological re-education, which was essentially a means for the company to control the hearts and minds of its now broken labour force. Returning workers at the refinery said that in reality the reorientation program was a combination "bitterness test" and "attitude alteration" exercise. Labour observers noted at the time that the Irvings were blacklisting the striking workers, and the back-to-work protocol was identified as a "brainwashing" exercise. The strike at the refinery was identified as a significant sign of the changing labour relations climate in North America

L'adage qui veut que l'on ne morde pas la main qui nous nourrit signifie que les lecteurs des quotidiens du Nouveau-Brunswick se font servir une interprétation très différente de l'actualité que les lecteurs du reste du pays. Dans le cas qui m'occupe ici, l'histoire a attiré suffisamment d'attention de la part des médias nationaux que les gens du coin ont pu glaner d'autres perspectives dans les quotidiens nationaux. Cependant, étant donné l'orientation axée sur le profit de l'industrie des médias, et qui favorise les informations livrées par les agences de presse plutôt que la couverture médiatique d'enquête locale, il est de plus en plus fréquent que l'actualité néo-brunswickoise soit négligée par les médias d'information nationaux. Lorsque nos propres journaux provinciaux appartiennent à la mégasociété locale, cela ne nous laisse que des options limitées s'agissant de voir une autre perspective.

Par exemple, la société Irving Oil a récemment négocié pour son terminal local de gaz naturel liquéfié une formule d'imposition accordant à la société un plafond de 25 ans sur les taxes applicables à la terre qui, de l'avis de nombreux observateurs, ne correspond qu'à 10 p. 100 de la valeur estimative. Cette affaire a été largement ignorée à l'extérieur de la province bien que certains journaux aient publié des gros titres disant : « La décision d'accorder un allègement fiscal à l'usine de gaz naturel du Nouveau-Brunswick pourrait être fondée sur de faux renseignements »; et « Les gens protestent par centaines les concessions fiscales pour Irving ». Cependant, les journaux de la famille Irving sermonnaient leurs lecteurs dans le cadre d'éditoriaux et de reportages sur les avantages de l'arrangement et mettant en garde contre les graves conséquences qu'amènerait l'annulation de l'entente. Quelques gros titres parus dans les journaux Irving : « Les avantages justifient le plafonnement des taxes; « L'annulation de l'arrangement enverrait un mauvais message, de dire un représentant du groupe Irving »; « Les grands du milieu des affaires qualifient de 'merveilleuse occasion' l'arrangement »; « Le propriétaire de l'entreprise craint les conséquences en cas de révocation de la concession fiscale ».

Le déclin du journalisme d'enquête visant la couverture par les quotidiens nationaux des dossiers locaux et régionaux a également amené une situation dans laquelle les médias propriété du groupe Irving peuvent à l'occasion fixer le programme des autres médias. Dans ces situations, la version Irving de certains événements est reproduite telle quelle dans les médias nationaux, sans regard critique et sans qu'il ne soit fait mention des intérêts directs des Irving dans tel ou tel dossier.

Par exemple, lorsque la grève longue de 27 mois chez Irving Oil s'est soldée en 1996 par la défaite humiliante du Syndicat canadien des communications, de l'énergie et du papier, l'entreprise a imposé un processus de rééducation idéologique, qui était essentiellement un moyen pour elle de contrôler le cœur et l'esprit de sa main-d'œuvre dorénavant cassée. Les travailleurs de retour à la raffinerie avaient déclaré que le programme de réorientation était en fait un mélange « pilule amère » et « exercice de changement d'attitude ». Les observateurs syndicaux avaient alors souligné que les Irving inscrivaient les noms des grévistes sur des listes noires, et qualifié le protocole de retour au travail d'exercice de « lavage de cerveaux ». La grève à

and globally. The strike began as a result of Irving Oil Ltd.'s efforts to mimic the flexibility and restructuring of labour seen in the Southern U.S. and elsewhere as part of the changing face of global commerce. Its conclusion was seen as an example of rollback, whereby one scheme in social, political, and economic progress was being rolled back as economic instability and recession allowed for a climate in which corporate and governmental power could be more directly exercised.

Not surprisingly, the words "brainwashing" and "blacklisting" of strikers never appeared in the Irving paper's coverage of the strike. Instead, the New Brunswick papers published the names of the 37 striking workers who were fired by the company under a headline, "Not welcome at the Refinery." The reorientation was described as a "back-to-work program" that was a "tough transition" for men who "failed" and were "told to go home."

It is interesting to note that the Irving's coverage of the issue was paralleled in the only national newspaper at the time, *The Globe and Mail*. *The Globe and Mail* allowed the Irving-owned media to set the agenda on the tone and coverage of the strike and its unorthodox back-to-work protocol, and presented virtually identical coverage to the national audience. It is also interesting to note that *The Globe and Mail* even avoided covering traditionally newsworthy elements to the story when they followed the Irving's lead, and avoided covering New Brunswick NDP leader Elizabeth Weir's attention-getting press conference, in which she suggested that the New Brunswick government should call in the Irving companies' loans if they did not agree to settle the strike. Thus, when the national news media fall into line with the Irving-owned media's account of their own controversies, no one is provided with the range of opinion and perspective that is the heart of informative and independent journalism in a democratic society.

Research on the media coverage of their own companies also reveals that the papers routinely publish their own press releases as news stories. For example, the Saint John *Telegraph-Journal* prints an article entitled "Refinery Hires 1,000 for Maintenance Project," which is almost identical to the Irving Oil press release on that topic entitled, "1,000 Tradespeople 'Turnaround' Saint John Refinery."

The owners of the Irving papers have also been known to interfere actively in the paper's editorial policy. The history of the Irving's ownership of the media is peppered with stories of journalists forbidden to name the Irvings as the ones responsible for oil spills, of Irving executives prohibited from speaking to the press, and a case where the editor of the Saint John paper was denied permission to report that an Irving-owned tugboat had run

la raffinerie avait été qualifiée de signe important du climat changeant des relations de travail en Amérique du Nord et à l'échelle mondiale. La grève avait commencé par suite des efforts de la Irving Oil Ltd. De reproduire la flexibilité et la restructuration de la main-d'œuvre constatée dans le Sud des États-Unis et ailleurs dans le contexte du visage changeant du commerce mondial. Son issue a été perçue comme un exemple de retour en arrière, en vertu duquel un régime de progrès social, politique et économique reculait, l'instabilité et la récession économiques ayant permis l'établissement d'un climat dans lequel le pouvoir des sociétés et du gouvernement pouvait être plus directement exercé.

Rien d'étonnant à ce que les mots « lavage de cerveaux » et « établissement de listes noires », n'aient jamais figuré dans la couverture des événements par les journaux du groupe Irving. Bien au contraire, les journaux du Nouveau-Brunswick ont publié les noms des 37 grévistes mis à pied par l'entreprise sous le titre « Plus les bienvenus à la raffinerie ». La réorientation était quant à elle décrite comme étant un « programme de retour au travail » qui était une « difficile transition » pour les hommes qui avaient « échoué » et s'étaient fait dire de « rentrer chez eux ».

Il est intéressant de souligner que la couverture du dossier par Irving avait été reprise par le seul quotidien national en existence à l'époque, *The Globe and Mail*. Le *Globe and Mail* avait laissé les médias propriété de la société Irving fixer l'ordre du jour s'agissant du ton et de la couverture de la grève et du protocole de retour au travail quelque peu original, et avait livré une couverture presque identique à l'auditoire national. Il est également intéressant de noter que le *Globe and Mail* a même évité de couvrir des éléments de l'histoire qui auraient traditionnellement été repris lorsqu'il a suivi l'exemple donné par Irving, refusant même de couvrir la conférence de presse plutôt digne d'intérêt du chef du Parti néo-démocrate du Nouveau-Brunswick, Elizabeth Weir, au cours de laquelle elle a recommandé au gouvernement du Nouveau-Brunswick de demander le remboursement des prêts de la société Irving si elle refusait de régler la grève. Ainsi, lorsque les médias d'information nationaux entérinent la version Irving de ses propres controverses, alors personne n'a le bénéfice de la gamme d'opinions et de perspectives qui au cœur même du journalisme informatif et indépendant en société démocratique.

La recherche sur la couverture médiatique de leurs propres entreprises révèle également que les journaux publient de façon routinière leurs propres communiqués de presse comme étant des nouvelles. Par exemple, le *Telegraph-Journal* de Saint John publie un article intitulé « La raffinerie embauche 1 000 travailleurs pour projet d'entretien », qui est presque identique au communiqué de presse Irving Oil sur la question, intitulée « 1 000 ouvriers relançant la raffinerie de Saint John ».

Les propriétaires des journaux Irving ont également la réputation de s'immiscer activement dans leur politique rédactionnelle. L'histoire de la propriété d'entreprises médiatiques de la famille Irving est également truffée d'histoires de journalistes interdits de citer les Irving comme étant responsables de déversement de pétrole, de cadres des entreprises Irving interdits de communiquer avec la presse, et il

aground for fear that it would result in an insurance hike for the company. When Neil Reynolds left the *Telegraph-Journal* in 1995, after a stormy reign as editor, he told reporters that the paper's owner, J.K. Irving, called him everyday telling him what he liked, and did not like in the paper.

An incident during the 1997 federal election provides some insight into consequences of unsanctioned editorial action at an Irving-owned paper. In the weeks before the June 1997 federal election, the federal Liberal Party in New Brunswick was in electoral trouble. The province, like the region, was turning against the Chrétien Liberals. A few days before the vote, the *Telegraph Journal* took an editorial position in favour of Jean Charest's Progressive Conservatives. J.K. Irving, the oldest of the three Irving brothers, responded by writing a letter published on the front page on election day repudiating the editorial and arguing instead that Canada needed another majority government, and that the Liberals had done a good job and deserved another term. The Irvings, starting with their father, K.C., tended to support the Liberals, and J.K.'s son-in-law, Paul Zed, who is the MP for Fundy-Royal, was one of the Liberal incumbents who would go down to defeat later that day despite J.K.'s efforts. This case shows that when the paper's editors took a position in opposition to that of their employers, they were publicly dressed down.

Finally, the Irvings' coverage of their own empire, is particularly marked by the strategy of defeatism, where those who oppose the company are routinely portrayed as naive, foolish, and irrational in their futile efforts to challenge the Irvings. For example, coverage of the closure of the Irving-owned Saint John shipyard, and the decertification of five unions, reveals examples of this classic response.

The Saint John *Telegraph-Journal's* news coverage and editorial on the story was filled with phrases such as "end of an era," "stalemate," "spin their wheels" and "going nowhere fast." The media stated that the Irvings' compensation package to the union "isn't going to get any better," and "like it or not, we believe they hold all the cards."

A consequence of this discourse of defeatism is that the public, to quote Hemant Shah in *Journalism in the Age of Mass Media Globalization*:

...may begin to feel increasingly alienated and disconnected from the civic life of their communities. They may develop a sense that they are without relevant, actionable information and, therefore, powerless to control the course of their own lives.

y a même eu le cas du rédacteur en chef du journal de Saint John qui s'est vu refuser la permission de rapporter qu'un bateau remorqueur propriété du groupe Irving s'était échoué, de crainte que cela amène une hausse du coût des assurances de la société. Lorsque Neil Reynolds a quitté le *Telegraph-Journal* en 1995, après un règne houleux au poste de rédacteur en chef, il a dit aux journalistes que le propriétaire du journal, J.K. Irving, l'avait appelé chaque jour lui disant ce qu'il avait aimé et ce qu'il n'avait pas aimé dans le journal.

Un incident survenu lors des élections fédérales de 1997 nous éclaire quant aux conséquences d'initiatives rédactionnelles non sanctionnées dans un journal Irving. Dans les semaines qui ont précédé les élections fédérales de juin 1997, le Parti libéral fédéral au Nouveau-Brunswick était en sérieuse difficulté. La province, comme la région, délaissait les Libéraux de Chrétien. Quelques jours avant le vote, le *Telegraph Journal* publiait un éditorial en faveur des progressistes-conservateurs de Jean Charest. J.K. Irving, l'aîné des trois frères Irving, y a réagi en écrivant une lettre au rédacteur, publiée sur la première page du journal le jour du scrutin, répudiant l'éditorial et arguant plutôt que le Canada avait besoin d'un autre gouvernement majoritaire, et que les Libéraux avaient fait un bon travail et méritaient un autre mandat. La famille Irving, à commencer par le père, K.C., avait tendance à appuyer les Libéraux, et le gendre de J.K., Paul Zed, député de Fundy-Royal, avait compté parmi les députés libéraux qui allaient plus tard perdre leur siège en dépit des efforts de J.K. Cette affaire montre que lorsque les rédacteurs en chef des journaux adoptaient une position contraire à celle de leur employeur, alors on leur passait un savon en public.

Enfin, la couverture par les Irving de leur propre empire est marquée par une stratégie de défaitisme en vertu de laquelle ceux qui s'opposent à l'entreprise sont routinièrement dépeints comme étant naïfs, ridicules et irrationnels dans leurs efforts futiles visant à contester les Irving. Par exemple, la couverture de la fermeture du chantier naval Irving à Saint John et la révocation de l'accréditation de cinq syndicats sont très révélatrices de cette réaction classique.

L'éditorial et la couverture de l'affaire publiés dans le *Telegraph-Journal* de Saint John regorgeaient de formules du genre « fin d'une époque », « impasse », « ils tournent dans le vide » et « ils ne vont nulle part très vite ». Les médias disaient que le régime salarial offert au syndicat « n'allait pas être amélioré » et « que cela plaise ou non aux gens, nous croyons que l'entreprise tient toutes les cartes maîtresses ».

Une conséquence de ce discours de défaitisme est que le public, pour citer Hemant Shah dans *Journalism in the Age of Mass Media Globalization* :

[...]commencera peut-être à se sentir de plus en plus aliéné et déconnecté par rapport à la vie civique de ses collectivités. Les gens pourraient finir par être habités par le sentiment qu'ils ne disposent pas de renseignements pertinents pouvant donner lieu à des suites et, en conséquence, qu'ils sont impuissants quant au cours de leur propre vie.

In conclusion, monopoly media in New Brunswick has resulted in a situation where we are left with generic news content in which contextualized and critical discussions of important social and economic issues that affect the lives and livelihoods of neighbours and families are addressed in a skewed and self-serving manner.

The Irvings control all the English language daily papers in the province, and now they also own the majority of the weekly community papers. This gives the giant corporation an unparalleled venue to promote its own interests as well as insulate itself from inquiries and criticism.

I am not a policy analyst, but I understand that the scholarly literature on regulation of the media indicates that Canada is lagging behind most of the developed world when it comes to regulating media ownership. European countries faced with similar challenges caused by monopoly media are setting concrete limits on media concentration so that under the law no one person or company may own or control all the media in a single area. As well, companies and individuals are restricted in the percentage of the media market they can own. In some nations, whenever a merger enables a company to control a specific press market or strengthen its already controlling position, a national government cartel office is required to intervene to prevent the merger. Currently, the European Commission is proposing legislation to restrict the reach of big media corporations and control the spread of cross-media ownership. In addition, other countries have put in place press subsidy schemes, whereby diversity of newspapers, not always supported by private corporate advertisers, are provided public financing.

Unless this committee makes decisive recommendations along these lines, it would appear that the consolidation and convergence within the monopoly media will have successfully undermined our society's formation of a free and independent press, and brought us full circle back to a system where freedom of the press is for those who own one.

Senator Trenholme Counsell: Professor, you obviously have done a very extensive and historical review of the newspapers in New Brunswick, particularly the English language dailies.

This is perhaps the most difficult hearing for me, because it is so easy to be totally objective when you are in other provinces. When you are in your own province I do not know whether I tend to be less objective, but I am very interested in what you have said.

One of the things we have heard across the country, particularly in the West, was the lack of coverage of provincial legislatures by the newspapers in any given city or region. We heard this particularly in Alberta. We heard it astoundingly

En conclusion, le monopole des médias au Nouveau-Brunswick a résulté en une situation dans laquelle nous nous retrouvons avec un contenu d'actualités générique dans le cadre duquel la discussion contextualisée et critique d'importantes questions sociales et économiques touchant la vie et le gagne-pain de voisins et de familles est abordée dans une optique intéressée et partielle.

La famille Irving contrôle tous les quotidiens de langue anglaise de la province, et elle possède également à l'heure actuelle la majorité des hebdomadaires communautaires. Cela procure à cette société géante des outils inégalés pour promouvoir ses propres intérêts et s'isoler des enquêtes et des critiques.

Je ne suis pas analyste de politiques, mais d'après ce que j'ai pu constater les écrits savants sur la réglementation des médias indiquent que le Canada accuse un retard par rapport au gros du monde développé sur le plan de la réglementation de la propriété des médias. Les pays européens confrontés à des défis semblables amenés par les monopoles médiatiques œuvrent à l'établissement de limites concrètes en matière de concentration des médias, ce afin que la loi interdise à une seule et même personne ou entreprise de posséder ou de contrôler tous les médias dans une zone donnée. D'autre part, entreprises et individus sont limités quant au pourcentage du marché médiatique qu'ils peuvent posséder. Dans certains pays, dès qu'une fusion permet à une entreprise de contrôler un marché de la presse donné ou de renforcer sa position déjà majoritaire, un bureau public national chargé des cartels doit intervenir pour empêcher la fusion. La Commission européenne œuvre à l'heure actuelle à l'élaboration de lois visant à contenir la portée des grosses entreprises médiatiques et à contrôler l'expansion de la propriété multimédias. Enfin, d'autres pays ont instauré des régimes de subventions à la presse en vertu desquels divers journaux, qui ne sont pas toujours appuyés par des annonceurs privés, se voient verser des fonds publics.

À moins que le comité ici réuni ne fasse des recommandations décisives en ce sens, il semble que la consolidation et la convergence des monopoles médiatiques seront venues à bout de miner la création par notre société d'une presse libre et indépendante, bouclant ainsi la boucle et nous ramenant à un système à l'intérieur duquel la liberté de la presse est limitée à ceux qui en possèdent une.

Le sénateur Trenholme Counsell : Professeure, vous avez manifestement fait un examen historique approfondi des journaux du Nouveau-Brunswick, et tout particulièrement des quotidiens de langue anglaise.

Cette audience est peut-être la plus difficile pour moi, car il est si facile d'être totalement objectif lorsqu'on se retrouve dans d'autres provinces. Lorsque je suis dans ma propre province, je ne sais pas si j'ai tendance à être moins objective, mais je suis quoi qu'il en soit très intéressée par ce que vous nous dites.

L'une des choses dont nous avons entendu parler partout au pays, et tout particulièrement dans l'Ouest, est l'absence de couverture des assemblées législatives provinciales par les quotidiens de la ville ou de la région. Nous avons surtout

strongly in Vancouver. Could you comment on the coverage of our particular New Brunswick Legislature by our daily newspapers?

Ms. Steuter: That is a really important issue. I think that in general the papers are very good about covering the provincial legislature in New Brunswick. One issue that becomes apparent, though, is how an issue is defined as a local story. The papers in New Brunswick tend to identify which stories coming out of the province are related to their readers and their readers' interests. Sometimes a story that really does have implications for everyone across the province will be identified as a Saint John issue, or a Fredericton issue. Then you do not get as much coverage in one of the other papers.

For example, the tax arrangements for the Liquefied Natural Gas took place in Saint John. Even though there were a few stories across the province where everybody could watch that, in general, that was identified as a local story and most of the detailed information was only available in the Saint John paper. That meant that people, New Brunswickers, who were trying to understand where this subsidy was taking place, and what information led them to this decision, were not accessing this information regularly because it was identified as a local issue. That would be one of the concerns I would have.

Senator Trenholme Counsell: I think you have left the committee with the impression that there is a political bias with the owners of New Brunswick's dailies. I will speak about the dailies first, with the exception of *l'Acadie Nouvelle*. I think those coming from away would be left with the impression that perhaps the owners are Liberals.

I would like to ask you whether you think the coverage that the leader of the New Democratic Party, Ms. Weir, gets in our papers is fair? I do not mind saying I think it is fair, but I want your opinion. I have been watching very closely because we might be coming up to an election in New Brunswick sometime. We have a bare majority government. It is very interesting to watch; certainly, a majority government that is handling itself well in a tight situation. I would like you to comment on the coverage of the New Democratic Party in this province, particularly that of the leader. I would also like to ask you whether you observe in the present provincial climate, and I will limit the question to that, a bias in favour of the Liberals? I have talked to a few Liberals. I have heard a few Liberals say that they are not getting fair coverage. Then I am going to ask you a question about the LNG Terminal, and perhaps that would cover just the present scene.

Ms. Steuter: That is a really good question. Some of the examples I gave show specific examples where the Irving owners had moved in on behalf of the Liberals. Research shows that over time there has been support for the Conservatives and the

entendu dire cela en Alberta. Le même message nous a été livré avec une vigueur étonnante à Vancouver. Pourriez-vous nous dire quelle couverture est donnée par les quotidiens à l'assemblée législative du Nouveau-Brunswick?

Mme Steuter : Il s'agit là d'une question très importante. Je crois que les journaux font dans l'ensemble un très bon travail de couverture de l'assemblée législative du Nouveau-Brunswick. Un aspect qui devient cependant vite apparent est celui de la façon dont on définit ce qui constitue une nouvelle locale. Les journaux du Nouveau-Brunswick ont tendance à identifier les nouvelles dans la province qui portent sur leurs lecteurs ou sur les intérêts de ceux-ci. Il arrive qu'une histoire qui a vraiment des ramifications pour tout le monde à l'échelle de la province soit identifiée comme étant une histoire propre à Saint John ou propre à Fredericton. Les autres journaux n'en feront alors pas grand cas.

Par exemple, les arrangements fiscaux en ce qui concerne le gaz naturel liquéfié sont intervenus à Saint John. Même si l'on en a parlé un petit peu partout dans la province, l'affaire a été dans l'ensemble identifiée comme étant une histoire d'intérêt local et les renseignements détaillés n'ont été publiés que dans le journal de Saint John. C'est ainsi que le gros des Néo-Brunswickois, qui essayaient de comprendre où intervenait cette subvention et ce qui l'avait motivée, n'avaient pas régulièrement accès à ces renseignements, l'affaire ayant été qualifiée d'histoire d'intérêt local. Ce serait là l'une des préoccupations que j'aurais.

Le sénateur Trenholme Counsell : Je pense que vous avez donné au comité l'impression qu'il y a du côté des propriétaires des quotidiens du Nouveau-Brunswick un parti pris politique. Je vais d'abord parler des quotidiens, exception faite de *l'Acadie Nouvelle*. Je crois qu'en repartant d'ici, les gens auront l'impression que les propriétaires sont peut-être des Libéraux.

J'aimerais vous demander si vous pensez que la couverture accordée dans vos journaux à la chef du Nouveau Parti démocratique, Mme Weir, est juste ou non. Cela ne m'ennuie pas de dire que je pense qu'elle est juste, mais j'aimerais connaître votre opinion. Je suis cela de très près, car nous allons peut-être avoir des élections prochainement au Nouveau-Brunswick. Nous avons un gouvernement qui a une mince majorité. C'est très intéressant à suivre; c'est en tout cas un gouvernement majoritaire qui se débrouille bien dans une situation très serrée. J'aimerais savoir ce que vous pensez de la couverture qui est faite dans cette province du Nouveau Parti démocratique et tout particulièrement de son chef. J'aimerais également vous demander si vous constatez dans le cadre de l'actuel climat provincial — et je vais me limiter à cela dans ma question — un parti pris en faveur des Libéraux? J'ai discuté avec un certain nombre de Libéraux. J'ai entendu quelques Libéraux dire qu'ils ne jouissent pas d'une couverture équitable. Je vais ensuite vous poser une question au sujet du terminal de gaz naturel liquéfié, et peut-être que cela couvrira la scène actuelle.

Mme Steuter : C'est une très bonne question. Certains des exemples que je vous ai livrés correspondent à des cas où les propriétaires Irving sont intervenus pour le compte des Libéraux. La recherche montre qu'au fil du temps il y a eu un appui et pour

Liberals, and that, besides a member of their family actively running and standing as a member of the Liberal party, it is not a clear bias. It is not as if the family only supports one of the parties. The issue tends to be sometimes of political and economic priorities. If the current government is supporting something that is in the interests of the Irvings, there will be more support towards that party if the Irvings find that they are getting the kinds of concessions they need. I would not say that there was a totally clear bias towards the Liberals. I would say that there was a bias towards those who are facilitating their agenda as opposed to those who are trying to stand in their way.

With respect to the NDP leader, I would say that the leader, herself, is a very charismatic and media savvy individual, and I think that she has been successful in her media coverage with the New Brunswick papers. The issues of the party, and the concerns that they raise across the province, however, have been of concern for many people. Issues that are often brought forward, labour, poverty, inequality, and social justice, are not issues that you would see regularly in the Irving papers. That is a concern just by the fact that the Irvings are this big corporation, and their agenda is different than that of people who are involved with the social justice movement, for example.

Senator Trenholme Counsell: I think that Ms. Weir is one of the most outspoken persons, vis-à-vis the owners. Do you think that issue gets a fair amount of play? Does it not?

Ms. Steuter: I am not so sure. I have not seen a lot of evidence of that. There has actually been more coverage now of recent Conservative and Liberal criticism so I am not so sure it has been a big part of the coverage.

Senator Trenholme Counsell: Before I ask you my last question about the weeklies, I would like to ask you, because it is very specific and very hot right now, whether you think the coverage of the liquid and liquefied natural gas deal — I will use the word “deal” — has been fair?

Ms. Steuter: It has not been fair because it has not provided enough information. I think that the deal was made very quickly. There are a lot of people in Saint John who are concerned about that; a lot of people on the council in Saint John who are concerned about that. The basis on which the deal was made was based on a set of information that did not really have enough time to be open to inquiry. The CBC has really outshone themselves in this case, where they contacted several of the communities in which there was a liquefied natural gas facility, and asked them, “What is the tax deal you have?” The information they came up with, in basically a series of phone calls, was quite different from the information that was presented to the council in the document. It is that kind of information and those kinds of issues that have not really been explored for all New Brunswickers to participate in: how exactly has this been done elsewhere and what are the long-term consequences of having a 25-year tax deal?

les Conservateurs et pour les Libéraux et qu'en dehors du fait qu'un membre de la famille était candidat et député libéral, il n'y a pas de parti pris évident. Ce n'est pas comme si la famille n'appuyait qu'un seul parti. La question semble à l'occasion tourner autour de priorités politiques et économiques. Si le gouvernement appuie quelque chose qui est dans l'intérêt de la famille Irving, alors celle-ci accordera plus de soutien au parti au pouvoir si elle estime qu'elle obtient les genres de concessions qu'il lui faut. Je ne dirais pas qu'il existe un préjugé favorable absolu en faveur des Libéraux. Je dirais qu'il y a un préjugé en faveur de ceux qui facilitent la réalisation de leur programme par opposition à ceux qui les entravent dans ce qu'ils veulent faire.

Pour ce qui est du chef NPD, je dirais qu'elle est elle-même une personnalité très charismatique dotée de jugeote médiatique et j'estime qu'elle a très bien réussi pour ce qui est de sa couverture médiatique dans les journaux du Nouveau-Brunswick. Quant au parti et aux préoccupations qu'il soulève à l'échelle de la province, cela préoccupe beaucoup de gens. Les dossiers dont il parle souvent, soit la main-d'œuvre, la pauvreté, les inégalités et la justice sociale, ne figurent pas souvent dans les journaux Irving. C'est là un souci du simple fait que la famille Irving est une grosse boîte et que son programme est différent de celui des personnes qui militent, par exemple, pour la justice sociale.

Le sénateur Trenholme Counsell : Je trouve que Mme Weir est l'une des personnes qui mâchent le moins ses mots en ce qui concerne les propriétaires. Pensez-vous que l'on réserve une place suffisante aux propos qu'elle tient? Ou bien est-ce le contraire?

Mme Steuter : Je n'en suis pas convaincue. Je n'ai pas vu beaucoup de preuves de cela. Il y a en fait eu une plus importante couverture de critiques conservatrices et libérales récentes, alors je ne suis pas si certaine que cela ait occupé beaucoup de place.

Le sénateur Trenholme Counsell : Avant de vous poser ma dernière question au sujet des hebdomadaires, j'aimerais vous demander, étant donné que c'est un dossier très chaud à l'heure actuelle, si vous croyez que la couverture de l'arrangement visant le gaz naturel liquéfié — je vais employer le terme « arrangement » — a été juste?

Mme Steuter : Elle n'a pas été juste car l'on n'a pas fourni suffisamment de renseignements. J'estime que l'arrangement a été fait à la va-vite. Il y a beaucoup de gens à Saint John qui s'en inquiètent, beaucoup de membres du conseil municipal de la ville. L'arrangement a été négocié sur la base de données que l'on n'a pas eu le temps d'examiner à fond. La SRC s'est vraiment surpassée dans cette affaire, demandant à plusieurs localités dotées d'usines de gaz naturel liquéfié : « Quel est votre arrangement fiscal? » C'est ainsi que les renseignements que la SRC a obtenus dans le cadre d'une série d'appels téléphoniques sont très différents de ceux soumis au conseil dans le document. Ces renseignements et ces dossiers n'ont pas été suffisamment fouillés pour que tous les Néo-Brunswickois puissent participer à part entière : comment cela a-t-il très exactement été fait ailleurs et quelles sont les conséquences à long terme d'une entente fiscale sur 25 ans?

Senator Trenholme Counsell: My final question is about the weeklies. You live in Sackville, where you have the perfect laboratory situation to compare a weekly paper, the *Sackville Tribune-Post*, which is not owned by the Irvings, with almost all the other weeklies, which are owned by the family. Have you done any study of the *Sackville Tribune-Post* versus any or all of the other weeklies in the province for comparison purposes? We, in Sackville, have perhaps the ideal opportunity to do that.

Ms. Steuter: I have not undertaken that study. It certainly would be on my wish list if I could get the ducks in a row, and the right funding, and some students involved. I think that would be terrific, to go through the weekly papers, and take a look at the different issues, and see how they cover things. Then compare them, as you said, to the weekly papers that were not owned by the Irving family. Some people have done research on this including Kim Kierans at the journalism school at the University of King's College in Halifax. Her identification of issues with the weekly papers was that they tended to be the only place in which some very important local issues were being addressed. If those local issues also then involved the Irvings, for example, if that was where the pulp mill was located, or if that was where there was some kind of forestry debate taking place, then that issue would not get the same kind of coverage that it would in a weekly that was not owned by that same big company.

The issue with the weeklies is that there is not a lot of really small municipal town coverage in the provincial papers, let alone in the national papers, and also not on the Internet. So many times, if you want to know what is happening in Iraq, you can just go on the Internet. However, if you want to know what is happening in Sackville, there is not a whole lot except the *Sackville Tribune-Post*. That is the concern where there are really important local issues happening, and I do not think we necessarily get all the information we need to make informed responses as we vote, as we write to our Members of Parliament, or as we engage in public debate.

Senator Munson: Professor, your testimony tweaked my memory of when I worked at a little radio station in Bathurst, New Brunswick. I am originally from northern New Brunswick. I remember in 1966 I read a newscast, and there was a propane gas explosion, and the person had passed away, or was killed. It was suggested to me that time, by the owners, or by people, that perhaps you want to eliminate the word "propane." It was my first taste of interference by owners. I cannot believe it is 40 years ago, where they were suggesting that perhaps because of the advertising, and perhaps because of a certain individual owning everything in Bathurst, that the word "propane" be removed. I kept it in the newscast. It is a rather scathing commentary about the Irving monopoly, and you talked about restrictions. In a perfect world, what kind of restrictions would you like to see? People have said to us that you cannot roll back the clock anymore, that people have the right to buy things, and people have the right to do what they want to do in a democratic

Le sénateur Trenholme Counsell : Ma dernière question concerne les hebdomadaires. Vous habitez Sackville, où vous avez la parfaite situation de laboratoire pour comparer un hebdomadaire, le *Sackville Tribune-Post*, qui n'appartient pas à la famille Irving, à la quasi-totalité des autres hebdomadaires qui, eux, appartiennent à la famille. Avez-vous comparé le *Sackville Tribune-Post* à l'un quelconque ou à l'ensemble des hebdomadaires de la province? Nous autres, à Sackville, avons peut-être la situation idéale pour ce faire.

Mme Steuter : Je n'ai pas entrepris de telle étude. Cela figurerait certainement sur ma liste si je pouvais tout organiser, obtenir un bon financement et trouver des étudiants désireux d'y participer. Ce serait, je pense, formidable, de passer en revue les hebdomadaires, d'examiner différents dossiers et de voir comment ils y sont couverts pour ensuite comparer cela, comme vous l'avez dit, aux hebdomadaires n'appartenant pas aux Irving. Compte parmi ceux qui ont fait des études là-dessus Kim Kierans de l'École de journalisme de l'Université de King's College, à Halifax. Son examen a fait ressortir que les hebdomadaires avaient tendance à être le seul endroit où étaient traités certains dossiers locaux très importants. Et si le dossier local intéressait également les Irving, par exemple, si c'était là qu'il y avait l'usine de pâte à papier ou le dossier intéressant l'exploitation forestière, alors l'affaire ne recevait pas la même couverture que s'il s'était agi d'un hebdomadaire n'appartenant pas à cette même grosse société.

La question en ce qui concerne les hebdomadaires est qu'il n'y a pas une très grande couverture des toutes petites municipalités dans les journaux provinciaux, sans parler des quotidiens nationaux et de l'Internet. Si vous voulez savoir ce qui se passe en Iraq, il vous suffit d'aller sur Internet. Cependant, si vous voulez savoir ce qui se passe à Sackville, il n'y a pas grand-chose à part le *Sackville Tribune-Post*. C'est là le problème lorsqu'il se passe des choses très importantes sur le plan local, et je ne pense pas que nous obtenions forcément tous les renseignements dont nous avons besoin pour faire des choix éclairés lorsque nous votons, écrivons à nos députés à la Chambre ou participons à des débats publics.

Le sénateur Munson : Professeure, votre déclaration a éveillé en moi quelques souvenirs de l'époque où je travaillais pour une petite station de radio à Bathurst, au Nouveau-Brunswick. Je suis originaire du nord du Nouveau-Brunswick. Je me souviens qu'en 1966 j'ai lu un bulletin de nouvelles, et il y avait eu une explosion de gaz propane et la personne était morte ou avait été tuée. Les propriétaires ou d'autres m'avaient à l'époque dit que je ferais bien d'éliminer le mot « propane ». C'était ma toute première expérience d'ingérence de la part de propriétaires. J'ai du mal à croire que c'est il y a 40 ans que l'on me disait qu'à cause de la publicité et peut-être du fait qu'une personne en particulier possédait presque tout à Bathurst il serait préférable de supprimer le mot « propane ». J'ai maintenu ce terme dans mon bulletin de nouvelles. Vous nous avez livré un commentaire plutôt cinglant sur le monopole Irving, et vous avez parlé de restrictions. Dans un monde parfait, quels genres de restrictions aimeriez-vous voir? D'aucuns nous ont dit que l'on ne peut plus retourner en arrière,

environment. Do you see in our recommendations that you would like us to have a certain level of ownership responsibility in New Brunswick?

Ms. Steuter: The news media are different than the regulation for a lot of other industries. If you regulate an industry, you keep in mind, where can people get that same service, or that same good elsewhere? If I decide that I do not necessarily want to have the Irving papers, I cannot just necessarily go and get a Nova Scotia paper, go on the Internet, or go to the national papers for the same information, to purchase the same commodity, because no one else is going to have that local information.

I feel that a different set of regulatory standards needs to cover the news media so that I can be an informed and educated New Brunswicker reading about my province and my issues. That might mean harsher measures than you would otherwise see in terms of regulation, and it may be possible to institute a form of regulation that says, "This is the level of monopoly media that is going to be allowed. If your company is over that, you have this many years to divest yourself of some of your holdings because the people of New Brunswick need to have another source of information in order to have their full democratic rights realized."

Senator Munson: You do not feel they get enough from say the ATV Atlantic Television System, CBC, *l'Acadie Nouvelle*, or alternative weeklies? You do not think there is enough balance with that kind of independent —

Ms. Steuter: Currently, there is not. Another possibility would be to provide more support for those groups so they could provide stronger competition. There have been a lot of cutbacks to the CBC. Right now they are a very important alternative voice for us in New Brunswick. When you want to find out some sort of parallel information to give yourself a more balanced view, that is where people go. However, they have been cutting back on the number of journalists and the number of hours they can put into the stories. The same thing is happening with the very small organizations, so if they were able to be subsidized so that they could grow, then we would have a more balanced situation. That would be the alternative.

Senator Munson: You talked about owner interference in editorial policy. Is that something indigenous to New Brunswick?

Ms. Steuter: No. I do not think it is a normal part of the way the media works. I think it is unusual, but when it does happen it really shows the heart of the problem. I think there is a breakdown in the system, in fact, when the owners have to come right out and say, "Okay, we are going to put our editorial on the front page of the paper as a letter because you guys did not understand the message we were communicating." I think more often there is a climate in a workplace, and you understand which are the issues that your publisher and the owners of that company

que les gens ont le droit d'acheter des choses et de faire ce qu'ils veulent dans un milieu démocratique. Aimerez-vous que nous fassions état dans nos recommandations d'un certain niveau de responsabilité en matière de propriété au Nouveau-Brunswick?

Mme Steuter : Les médias d'information sont différents d'un grand nombre d'autres industries sur le plan réglementation. Si vous réglementez une industrie, il vous faut vous demander où les gens peuvent obtenir ce même service ou si ce même produit existe ailleurs. Si je décide que je ne veux pas nécessairement un journal Irving, je ne peux pas simplement aller m'acheter un journal de Nouvelle-Écosse, aller sur Internet ou compter sur les quotidiens nationaux pour les mêmes renseignements, pour les mêmes produits, car personne d'autre ne va offrir ce contenu local.

J'estime qu'un jeu différent de normes réglementaires doit couvrir les médias d'information afin que je puisse être un Néo-Brunswickois informé et renseigné quant à ma province et aux dossiers locaux. Cela exigera peut-être des mesures plus strictes que celles que l'on verrait autrement, et il serait peut-être possible d'adopter des règles qui disent « Voici le niveau de monopole médiatique qui sera toléré. Si votre société dépasse ce seuil, vous disposez de x années pour vous départir de certains de vos avoirs car les Néo-Brunswickois doivent avoir une autre source d'information afin d'être en mesure d'exercer pleinement leurs droits démocratiques ».

Le sénateur Munson : Vous ne pensez pas qu'ils obtiennent assez auprès de l'ATV Atlantic Television System, de la SRC, de *l'Acadie Nouvelle* ou d'hebdomadaires autres? Vous jugez qu'il n'y a pas un équilibre suffisant avec ce genre de couverture indépendante...

Mme Steuter : À l'heure actuelle, non. Une autre possibilité serait d'assurer un plus grand soutien à ces groupes afin qu'ils puissent livrer une concurrence plus vigoureuse. Il y a eu beaucoup de compressions à la SRC. À l'heure actuelle, elle est une voix de rechange très importante pour nous au Nouveau-Brunswick. Lorsque vous voulez obtenir des renseignements parallèles afin d'avoir une vision plus équilibrée, c'est vers eux que vous vous tournez. Cependant, l'on y a réduit le nombre de journalistes et le nombre d'heures consacrées aux événements couverts. Il se passe la même chose du côté des très petites boîtes, et si donc celles-ci étaient subventionnées afin de pouvoir prendre de l'ampleur, alors la situation serait plus équilibrée. Ce serait là une possibilité.

Le sénateur Munson : Vous avez parlé de l'ingérence des propriétaires dans la politique rédactionnelle. Cela est-il propre au Nouveau-Brunswick?

Mme Steuter : Non. Je ne pense pas que cela fasse normalement partie de la façon dont fonctionnent les médias. Je pense que c'est rare, mais lorsque cela arrive, cela fait clairement ressortir le cœur du problème. Je pense qu'il y a en fait rupture dans le système lorsque les propriétaires doivent carrément dire « Nous allons publier notre éditorial sur la première page du journal sous forme de lettre étant donné que vous n'avez pas compris le message que nous voulions livrer ». Je pense que la plupart du temps il y a un certain climat au travail et vous

are in favour of seeing developed, and which are not. When we have this monopoly situation, we have fewer options to look elsewhere for some of the other stories.

Senator Munson: In the world of free speech, and freedom of the press, should a publisher not have the right, because he or she owns the paper, has made the investment, and feels strongly about their role in a community? I am not here to defend the Irvings. However, should a publisher not have that right to be able to counterbalance what they think is not necessarily the whole story?

Ms. Steuter: I totally agree that they have the right to put their view out. My concern is, do they have the right to be the only view that New Brunswickers have access to? I believe that they now have a situation where, just by having enough money to buy up all the papers, they are the only view in town. I would like another paper to put out their view. I would be sorry if that other paper put out exactly the same view, but sometimes that happens. They may be oriented the same way politically. They may have the same profit orientations, but at least there would be some sense that there would be two different views, from two different owners, who had two somewhat different agendas.

Senator Munson: Is freedom of the press something that belongs to the press and the media, or does it come from freedom of speech, and therefore it belongs to individual citizens?

Ms. Steuter: I believe it belongs to individual citizens. It belongs to a democratic society. In order for us to act as citizens and take our democracy seriously and engage in politics, we need to have access to full, balanced information. That right is being reduced by one owner being able to put out one point of view.

Senator Munson: We can make all the recommendations we want, but as I said before, rolling back the clock is difficult. If it continues this way, do you think what is happening is a disservice to New Brunswickers, in terms of being informed by different media companies?

Ms. Steuter: I think we are experiencing a disservice. One of the concerns is that we are going to become apathetic and people are going to become disengaged, and say, "Well, there is no point. They own everything. They are going to run everything. They are going to do what they want." People are going to be left out. I am concerned about what happens in that case. I am concerned about a decline in democracy and a lack of engagement in political issues. New Brunswickers, when you know them, and certainly you two do, have a lot to say about the world that they want to live in, the world they want for their children and their futures, and they need to be able to be engaged politically. It is a big disservice.

comprenez quels thèmes et quels dossiers le rédacteur et le propriétaire souhaitent vous voir fouiller et lesquels ils aiment moins. Dans le cas de ce genre de situation de monopole, nous avons moins de possibilités de regarder ailleurs pour certains de ces autres dossiers.

Le sénateur Munson : Dans un monde de liberté d'expression et de liberté de la presse, l'éditeur de journal, du fait qu'il possède ce dernier, qu'il a consenti l'investissement et qu'il a de fermes convictions quant à son rôle au sein de la collectivité, ne devrait-il pas avoir ce droit? Je ne suis pas ici pour défendre les Irving. Cependant, un éditeur ne devrait-il pas avoir ce droit de faire contrepoids lorsqu'il estime que l'on n'a pas forcément livré toute la marchandise au lecteur?

Mme Steuter : Je conviens tout à fait qu'il devrait avoir le droit d'exprimer son opinion. Mais a-t-il le droit de livrer la seule opinion à laquelle aient accès les Néo-Brunswickois? Je pense que la situation à l'heure actuelle est telle que la famille Irving, du simple fait d'être assez riche pour pouvoir acheter tous les journaux, offre la seule perspective en ville. J'aimerais qu'un autre journal exprime son opinion. Je serais déçue si cet autre journal exprimait exactement la même opinion, mais cela arrive parfois. Il pourrait avoir la même orientation politique. Il pourrait avoir la même orientation côté profit, mais au moins on aurait l'impression d'avoir deux opinions différentes de deux propriétaires différents ayant des programmes quelque peu différents.

Le sénateur Munson : La liberté de la presse est-elle une chose qui appartient à la presse et aux médias, ou bien est-ce une chose qui découle de la liberté d'expression et qui appartient donc aux citoyens?

Mme Steuter : Je pense que cela appartient aux citoyens. Cela appartient à une société démocratique. Il nous faut, pour pouvoir agir en tant que citoyens, prendre notre démocratie au sérieux et nous engager dans la vie politique, avoir accès à des informations complètes et équilibrées. Ce droit est pour le moment contenu du fait que ce seul propriétaire exprime son point de vue.

Le sénateur Munson : Nous pouvons faire toutes les recommandations que nous voulons, mais, comme vous l'avez déjà dit, il est difficile de faire marche arrière. Si les choses se maintiennent comme elles sont, pensez-vous que cela nuise aux Néo-Brunswickois qui ne sont ainsi pas informés par différentes entreprises médiatiques?

Mme Steuter : Je pense que c'est néfaste. L'une des craintes est que nous finissions par devenir apathiques et désengagés, les gens se disant simplement « Cela ne sert à rien. Ils possèdent tout. Ils vont tout gérer. Ils vont faire ce qu'ils veulent ». Les gens seront écartés. Je m'inquiète de ce qui se passerait alors. Je m'inquiète d'un déclin de la démocratie et d'un recul de l'engagement politique. Les Néo-Brunswickois, lorsqu'on les connaît, et c'est certainement votre cas à tous les deux, ont beaucoup de choses à dire au sujet du monde dans lequel ils veulent vivre, du monde qu'ils veulent pour leurs enfants et leur avenir, et il leur faut pouvoir s'engager politiquement. C'est très néfaste.

Senator Munson: Thank you. You have set an interesting tone for the next two days.

Ms. Steuter: Thank you.

The Chairman: I want to push back a little bit against some of your assumptions to see what your response is. This will take a longer preamble than usual.

You are critical of the fact that the Irving papers supported the appointment of Mr. McKenna as Ambassador to Washington. It strikes me that it would be most unlikely that any New Brunswick paper would not. I think, for example, of the case of Bob Rae who was a one-term premier of Ontario, and was roundly defeated. However, every time he is appointed to another prestigious position, in my experience, all the Ontario papers say, "Yes, good, this was a talented man. Maybe we do not want him to be premier again, but he is one of our best and brightest and we are glad to see that he is getting national recognition." It is an almost natural, instinctive reaction, and I would not have thought of that as evidence of Irving control, necessarily.

Second, your very interesting anecdote about the 1997 election took my mind back to the 1988 election, when I was an editorial page editor in Montreal. I, and virtually all of the editorial board members were strongly opposed to the bilateral free trade deal with the United States. We had campaigned long and hard, as hard and as well as we knew how, against that deal in editorials and had ad pages commissioned. Yes, longer than the *Toronto Star*, we campaigned against that deal. When it came time for the election endorsement, and you will recall that was the "free trade election," the publisher of the newspaper, who was the only member of the editorial board who did not agree with the rest of us, wrote a front page editorial endorsing the Conservatives and the free trade deal. It said he was in disagreement with those of us who had campaigned against it. On election night, when his side won, he specifically said to me, "Go back doing your job writing whatever you want."

Obviously, at the time, I was upset that he had made this endorsement. In retrospect, I think that it was a fine journalistic exercise. He had actually allowed his editorial page to run with its convictions for years. You could argue that Mr. Irving did that. He allowed his paper to express its editorial board's convictions, but that his own convictions being different, he chose to express them once. I would not have thought, if he did it once, having let them do their thing, that it constituted intimidation. I am pushing back. Now, you push back at me.

Ms. Steuter: On the first issue around the editorials that were in favour of the appointment of Frank McKenna to Ambassador of the United States, my concern was about the homogeneity issue, that all the papers basically had the same view. There was a lot of concern and debate about the leadership of Frank McKenna and

Le sénateur Munson : Merci. Vous avez établi un ton très intéressant pour les deux prochains jours.

Mme Steuter : Merci.

La présidente : J'aimerais repousser un petit peu certaines de vos hypothèses et voir ce que vous me répondez. Cela exigera un long préambule qu'à l'habitude.

Vous êtes critique du fait que les journaux Irving aient appuyé la nomination de M. McKenna comme ambassadeur à Washington. Il me semble qu'il serait très étonnant qu'un quelconque journal néo-brunswickois ne fasse pas de même. Je songe, par exemple, au cas de Bob Rae, qui a été premier ministre de l'Ontario pour un mandat pour ensuite se faire battre à plate couture. Pourtant, chaque fois qu'il est nommé à un autre poste prestigieux, d'après ce que j'ai pu voir, tous les journaux ontariens disent « Oui, c'est bien, c'était un homme de talent. Peut-être que nous ne souhaiterions pas le savoir comme premier ministre, mais il compte parmi nos meilleurs et plus brillants et nous sommes heureux de voir qu'on lui reconnaisse cela au niveau national ». C'est une réaction presque naturelle, instinctive, et je n'aurais pas forcément perçu cela comme une preuve du contrôle exercé par la famille Irving.

Deuxièmement, votre très intéressante anecdote au sujet des élections de 1997 m'a fait penser aux élections de 1988, lorsque j'étais rédactrice en chef de la page éditoriale à Montréal. Moi-même et la quasi-totalité des membres du comité de rédaction étions fermement opposés à l'accord de libre-échange bilatéral avec les États-Unis. Nous avions livré une longue et difficile campagne, en travaillant aussi fort que nous le pouvions, contre cette entente dans le cadre de nos éditoriaux et nous avions commandé des pages publicitaires. Oui, nous avons fait campagne contre cette entente pendant plus longtemps que le *Toronto Star*. Une fois arrivée l'élection, et vous vous souviendrez que l'on parlait alors de « l'élection du libre-échange », l'éditeur du journal, qui était le seul membre du comité de rédaction qui n'était pas du même avis que nous, a écrit un éditorial de première page endossant les Conservateurs et l'accord de libre-échange. Il a dit être en désaccord avec ceux d'entre nous qui avions fait campagne contre. Le soir des élections, lorsque son camp a gagné, il m'a dit « Retourne faire ton travail en écrivant ce que tu veux ».

Bien sûr, j'étais à l'époque fâchée qu'il ait ainsi pris position. Je peux dire, rétrospectivement, que j'estime que c'était un bel exercice journalistique. Il avait en fait laissé la page éditoriale tranquille pendant des années. L'on pourrait arguer que c'est ce qu'a fait M. Irving. Il a laissé son journal exprimer les convictions de son comité de rédaction, mais il a choisi une fois d'exprimer ses convictions contraires. S'il ne l'a fait qu'une fois, laissant le reste du temps les journalistes faire ce qu'ils voulaient, alors je n'aurais pas interprété cela comme constituant de l'intimidation. Je repousse vos arguments, et c'est maintenant à vous de repousser les miens.

Mme Steuter : Pour ce qui est de la première question, concernant les éditoriaux favorables à la nomination de M. Frank McKenna comme ambassadeur aux États-Unis, ce qui me préoccupait, c'était l'aspect homogénéité, le fait que tous les journaux aient dit en gros la même chose. Il y avait pourtant

the values he put forward. He was a real front runner of a sort of corporate form of globalization that hundreds of thousands of people in the country are very concerned about. That agenda would now be brought to the United States where that corporate globalization agenda was being fully developed. That raised a lot of concern among a lot of people.

My feeling was that if we had the possibility of more diverse views within the New Brunswick media, someone would say, "Is this really the guy we want to send? Is this the direction we really want to grow in?" Somebody would put out a different point of view. It is possible that we would have had three newspapers owned by three different people, and we would have ended up with that situation, but I would like to have had the opportunity to find out if there is really nobody out there who thinks differently.

On the issue about the publishers putting their view in the paper, I think that a letter to the editor by the owner would be very interesting in the Letters to the Editors section. Everybody would notice and say, "Did you see who got a letter into the paper today?" The fact that it was on the front page on election day concerned me about the timing and the placement. I wonder how free some of the employees and some of the editorial leaders are in saying, "No." I am not sure exactly what the culture of the newsroom is. The only way I can have a sense of it is by the people who leave. Some of the people who have left the Irving papers have said, "We felt that we were, on a daily basis, accounting to the owners. We had basically covered interests." It concerns me that it is not as free as I would like the press to be. I am happy for them not to be silenced by the fact that they own a paper. However, there are different ways that they could communicate that would make people feel that there was more of an appearance of lack of bias.

Senator Munson: Is it the same editorial board for all three newspapers?

Ms. Steuter: No.

Senator Munson: They all think alike then?

Ms. Steuter: They have editorial boards, they create different editorial positions, and in some cases they take different positions. My concern is how often they are actually very similar, using very similar language.

Senator Munson: This was just a happy coincidence that they all felt the same way, without talking to each other?

Ms. Steuter: In this case, we saw a lot of homogeneity, which we see fairly often.

The Chairman: Your brief raises two questions. One is the effect of concentration of ownership of the media, and the other is the effect of ownership of the media by a conglomerate that has

eu beaucoup d'inquiétudes et de discussions au sujet du leadership de Frank McKenna et des valeurs qu'il épousait. Il était l'un des vrais chefs de file d'une forme de mondialisation des entreprises qui inquiète beaucoup des centaines de milliers de personnes au pays. Voici que ce même programme serait maintenant livré aux États-Unis où le programme de mondialisation des entreprises a déjà été pleinement élaboré. Cela a suscité beaucoup d'inquiétude chez un grand nombre de personnes.

Mon sentiment est que si nous avions la possibilité d'une plus grande diversité d'opinions parmi les médias néo-brunswickois, alors quelqu'un demanderait « Est-ce vraiment ce gars-là que nous voulons envoyer? Est-ce vraiment dans cette direction que nous voulons aller? » Quelqu'un aurait exprimé un autre point de vue. Il est possible qu'il ait pu y avoir trois journaux appartenant à trois personnes différentes et que l'on se soit retrouvé dans la même situation, mais j'aurais bien aimé avoir eu l'occasion de découvrir s'il n'y avait vraiment personne qui pensait autrement.

En ce qui concerne le fait que les éditeurs expriment leurs opinions dans le journal, je pense qu'une lettre au rédacteur écrite par le propriétaire serait très intéressante dans la rubrique Courrier du lecteur. Tout le monde remarquerait et demanderait « Avez-vous vu qui a vu sa lettre publiée dans le courrier du lecteur aujourd'hui? » Ce qui m'a préoccupée c'est que cela soit paru sur la première page du journal le jour des élections. C'est ce qui m'amène à me demander dans quelle mesure certains des employés et certains des rédacteurs en chef ont vraiment la liberté de dire « Non ». Je ne sais trop quelle est la culture de cette salle de presse. Tout ce qui peut m'éclairer en la matière ce sont les gens qui quittent. Certaines des personnes qui ont quitté les journaux Irving ont dit « Nous avions le sentiment de rendre quotidiennement des comptes aux propriétaires. Nous avions en gros des intérêts couverts ». Cela m'inquiète que la presse soit moins libre que je ne le souhaite. Je suis heureuse pour les propriétaires que le silence ne leur soit pas imposé du fait d'être propriétaires. Cependant, il existe différentes façons de communiquer qui donneraient moins l'impression d'un manque d'impartialité.

Le sénateur Munson : Est-ce le même comité de rédaction pour les trois journaux?

Mme Steuter : Non.

Le sénateur Munson : Alors ils ont tous la même attitude?

Mme Steuter : Ces journaux ont des comités de rédaction, ils élaborent des positions rédactionnelles différentes et dans certains cas ils prennent position différemment. Ce qui me préoccupe c'est qu'ils sont en fait très semblables et qu'ils emploient un langage très semblable.

Le sénateur Munson : C'est donc juste le fait d'une heureuse coïncidence qu'ils aient tous pensé la même chose sans s'en parler entre eux?

Mme Steuter : Dans ce cas-ci, nous avons relevé une grande homogénéité, ce que nous constatons souvent.

La présidente : Votre mémoire soulève deux questions. L'une est l'effet de la concentration de la propriété sur les médias et l'autre est l'effet de la propriété des médias par un conglomerat

many other business interests, which is also an issue that a number of people have raised. You have talked about this a little bit before, but it is very hard to prove a negative. Other than anecdotally for one specific thing, has anybody done any systematic work to determine the nature of Irving media's coverage of other Irving interests? I repeat, it is difficult to prove a negative. Particularly, if a story is simply not covered, how do you know, other than anecdotally? However, is there anything in any kind of systematic professional work that has been done on this that we can look at?

Ms. Steuter: I know quite a bit about this because this is what I did my dissertation on to get my Ph.D. at York University. I worked on it for 11 years. The first thing I had to do was find out, "Has anybody else done anything on this?"

The Chairman: Right.

Ms. Steuter: I am pretty sure I was as exhaustive as it is possible to be, and nobody had done anything, with the one exception that Dr. Michael Clow at St. Thomas University had done a short piece on the way in which nuclear power issues were covered in Canadian media. He covered media across the country, but he did focus on all of the Irving papers. I thought, "This is a study that needs to be done." I could take on one only issue, and that was what was happening at the time, which was the strike at the oil refinery. It had been a two-year strike.

It was considered by labour observers across the globe practically that this was a test case, a sign of the global corporatization that was going to happen. I did a very detailed case study on the one incident. However, I know that there are people who are interested in looking at, say, environmental issues such as the forestry industry, how that is covered when the Irvings own so much of that. However, as far as I know none of those things have been undertaken in any rigorous way.

The Chairman: I am not sure this committee can do it either, but somebody probably needs to.

Senator Eyton: I apologize for being late and, therefore, I did not hear your presentation, but I have had the opportunity of scanning it. I was unavoidably detained this morning.

This committee is looking at the state of Canadian media, but by and large I think we are pretty good. I travel a great deal, and I would say there are very few countries that have the quantity and quality of media that we have here in Canada. I will even speak as in, say, my American experiences where I think I am as good here, or perhaps better, than I would be in Kansas City, Miami, or a variety of other places. However, I go much beyond that. I go to other lesser developed countries. The only place I think, that

ayant quantité d'autres intérêts, question qui a été soulevée par plusieurs autres témoins. Vous avez déjà parlé un petit peu de cela, mais il est très difficile de fournir la preuve d'un élément négatif. Mis à part des constats anecdotiques correspondant à un cas bien particulier, quelqu'un a-t-il fait un examen systématique en vue de déterminer la nature de la couverture par les médias Irving d'autres intérêts Irving? Je le répète, il est très difficile de fournir la preuve d'un élément négatif. Si une affaire n'est tout simplement pas couverte, comment pouvez-vous le savoir, autrement que de façon anecdotique? Mais a-t-on fait en la matière du travail professionnel systématique que nous pourrions voir?

Mme Steuter : Je suis plutôt bien renseignée en la matière car c'est là-dessus qu'a porté ma dissertation en vue de l'obtention de mon doctorat à l'Université York. J'y ai travaillé pendant 11 ans. La première chose que j'ai dû déterminer c'est si quelqu'un d'autre avait déjà fait quelque chose là-dessus.

La présidente : Exact.

Mme Steuter : Je suis à peu près certaine d'avoir été aussi exhaustive que la chose est possible, et personne n'avait rien fait, sauf M. Michael Clow à l'Université St. Thomas, qui avait fait une petite étude sur la façon dont les questions liées à l'énergie nucléaire étaient traitées dans les médias canadiens. Il a englobé dans son étude des médias de partout au pays, mais il s'est concentré sur l'ensemble des journaux Irving. Je m'étais dit, « Voici une étude qui doit être faite ». Je ne pouvais m'attaquer qu'à un seul dossier, et c'était le dossier du jour, soit la grève à la raffinerie de pétrole. Elle durait depuis deux ans.

Les observateurs du travail partout dans le monde pour ainsi dire jugeaient que c'était un cas pivot, annonciateur de la corporatisation mondiale qui allait venir. J'ai ainsi réalisé une étude de cas très détaillée portant sur ce seul incident. Je sais cependant qu'il y a des gens qui aimeraient savoir, par exemple, quelle couverture est donnée aux questions environnementales, comme par exemple les pratiques de l'industrie forestière, lorsqu'on sait que les Irving en possèdent une grosse partie. Cependant, que je sache, aucune étude du genre n'a jamais vraiment été entreprise de façon rigoureuse.

La présidente : Je ne suis pas non plus convaincue que le comité ici réuni puisse la faire, mais il faudrait sans doute que quelqu'un s'en occupe.

Le sénateur Eyton : Je m'excuse de mon retard, et je n'ai par conséquent pas entendu votre déclaration, mais j'ai eu l'occasion de parcourir votre texte. J'ai ce matin été retardé pour des raisons indépendantes de ma volonté.

Le comité est en train d'examiner la situation des médias canadiens, mais j'estime qu'ils se portent pour la plupart assez bien. Je voyage beaucoup et je dirais que très rares sont les pays qui possèdent la quantité et la qualité de médias que nous avons ici au Canada. J'irais même jusqu'à dire, m'appuyant sur mon expérience américaine, que je suis sans doute aussi bien voire peut-être mieux ici que je ne le serais à Kansas City, à Miami ou à quantité d'autres endroits. Mais j'irais bien plus loin encore. Je

seems to me significantly ahead is the U.K., particularly in the London area, with the choices they have. I think we are relatively well off, and I think that even applies here in New Brunswick.

What I wanted to ask you about were the choices. What is happening now? In the media world in every category there is change. In radio, the formats are changing, and satellite radio is coming in. In cable, there is a whole variety of channels that we did not have before. Whether it is TV and the different programming that is now available, and of course the Internet with all of those initiatives, there are more choices, perhaps not popular choices today, but it is changing.

Looking at your material, I saw where you had conviction, particularly about the Irvings, for at least, according to the footnotes, seven or eight years and probably longer than that. I wonder if you have taken into account the changes happening in media, and the choices that are available even today; forget about tomorrow or the next day, but even today the choices that are available to people. Is that not responding at least in some way to your criticism and complaint about the Irvings? Can you comment on that please?

Ms. Steuter: I would say that on some issues we are very, very well served. As a professor, I have my students examine the media and how the different issues are covered in the United States, Canada and Europe. On international foreign affairs issues I think we are first in the world. There are an amazing number of perspectives put together in single articles. Our students could go and find out terrific information that is not going to be covered in American papers, or Indian papers.

However, as you get smaller and smaller, and you get to the local level, there is not really the cost benefit of having journalists come in and do investigative stories outside of their own backyards. In fact, in New Brunswick I feel that we are starting to become worse off than we used to be.

The weekly papers are now pretty much all owned by the Irvings as well. We are getting one really clear voice through our weekly papers and through our daily papers.

I am also seeing the cutbacks with the CBC so we are not seeing as much investigation. A couple of times I have heard people say they contacted the CBC and said, "Look, there is this really important event taking place. Are you going to have people there?" They said, "We really cannot cover stuff that happens on Saturday or Sunday," or "We only have one person, and that person is assigned to this other major thing." We do not have that so I feel that we are actually getting cut back.

There is now quite a disconnect to what is available nationally versus what is available locally. So much of the quality of our life is on what is in our water and air. What is the future of our

voyage dans des pays moins développés. Le seul pays du monde qui me semble avoir une avance sensible est le Royaume-Uni, et je songe tout particulièrement à la région de Londres, avec tous les choix qui sont proposés. J'estime que nous sommes relativement bien servis, et je pense que cela vaut même ici au Nouveau-Brunswick.

Je voulais vous interroger au sujet des choix. À l'heure actuelle, dans le monde des médias, il y a des changements dans toutes les catégories. À la radio, les formats changent et la radio par satellite s'en vient. Du côté du câble, on nous propose quantité de canaux que ne pouvions pas capter auparavant. Que ce soit la télévision et les différentes émissions qui sont maintenant disponibles ou, bien sûr, l'Internet, avec toutes ces autres initiatives, il y a de plus en plus de choix. Peut-être que ces choix ne sont pas populaires aujourd'hui, mais les choses sont en train de changer.

Je regarde ce que vous nous avez fourni, et je constate que vous entretenez certaines convictions, tout particulièrement à l'égard des Irving, d'après les notes en bas de page, depuis sept ou huit ans ou peut-être plus longtemps encore. J'aimerais savoir si vous avez tenu compte des changements qui surviennent dans les médias et des choix qui sont déjà disponibles aujourd'hui; laissez de côté demain ou le surlendemain, mais déjà aujourd'hui des choix s'offrent aux gens. Cela ne vient-il pas au moins en partie contrecarrer vos critiques et vos doléances quant aux Irving? Comment réagissez-vous à ce que je viens de dire?

Mme Steuter : Je dirais que nous sommes extrêmement bien servis pour certaines choses. Dans le cadre de mon travail en tant que professeure, j'ai des étudiants qui sont en train d'étudier les médias et la façon dont différents dossiers sont couverts aux États-Unis, au Canada et en Europe. Côté affaires internationales, je pense que nous sommes au premier rang dans le monde. Un seul article peut présenter un nombre époustouflant de perspectives. Nos étudiants peuvent recueillir des informations formidables qui ne sont pas couvertes par les journaux américains ou les journaux indiens.

Mais plus vous êtes petit et plus vous intervenez au niveau local, moins il est rentable d'envoyer des journalistes faire des reportages d'enquête loin de leur propre cour. Je trouve d'ailleurs que les choses au Nouveau-Brunswick sont pires qu'autrefois.

D'autre part, les hebdomadaires appartiennent plus ou moins tous à la famille Irving. Nos hebdomadaires et nos quotidiens ne nous livrent en vérité qu'une seule voix claire.

Je constate également qu'avec les compressions à la SRC, il se fait moins de journalisme d'enquête. Plusieurs fois déjà j'ai entendu des gens dire avoir contacté la CBC en disant « Écoutez, il y a ce très important événement qui va avoir lieu. Allez-vous y envoyer quelqu'un? » Et on leur a répondu « Nous ne pouvons pas vraiment couvrir ce qui se passe le samedi ou le dimanche », ou « Nous n'avons qu'une seule personne et elle a été affectée à tel autre gros événement ». Nous n'avons plus cela, et c'est pourquoi j'ai le sentiment que cela régresse.

Il y a maintenant tout un décalage entre ce qui est disponible à l'échelle nationale et ce qui est disponible sur le plan local. Une grosse partie de notre qualité de vie est dictée par ce qui se trouve

landscape going to look like? What are the business opportunities for us and our children? Those are all locally decided issues, and we need more information to participate in those debates.

Senator Eyton: Do you think that some of the new technologies, or ways of broadcasting or talking to people, are not helping? I think there are channels that are available, now, to some degree. I suppose they are not well known to segments of the community, or not well used but I think that is changing very rapidly. I think a year or two from now, there will be a different choice again, and there will be more options to people. Do you not see that at all?

Ms. Steuter: I am concerned that it is not happening at the local level. In fact, what is happening is that there is so much electronic development in the way in which the newspapers are developed and put out, only very large companies can afford to purchase that kind of equipment and make it cost-effective to put them out. The smaller weeklies or the smaller papers cannot really have access to that so they are still doing it an old fashioned, expensive way, and they are not able to compete.

At the international level, on the Internet, in the alternative media, and in the ezines that the young people are putting out, there is so much wonderful information out there. But in a provincial local area, that is where I am most concerned that we are not following that tide at all.

Senator Eyton: Particularly in Newfoundland, but I think to some degree in Halifax, over the last couple of days, we heard about local initiatives, and your concern is clearly local information and discourse. We heard about local initiatives, and by that I mean community initiatives to publish a community newspaper, or to have a low-powered community radio station. In a sense they come together almost as a kind of co-operative, or a kind of community effort. There have been a number of incidences where that has been highly successful, and then carried on. They have served the local need. Do you not see anything of that sort? Given the new technologies and the relatively small cost of a website in Internet broadcasting, do you not see that as partly an answer to your concerns?

Ms. Steuter: In some other areas, we have a student from Mount Allison that graduated a few years ago, and that we are very proud of, who went off and created *The Dominion*, which is an on-line Canadian national newspaper, and is growing. It started small as a student paper and now it is becoming much bigger and it is available online basically free. He is working really hard until he has to get a real job, to create this. There are these opportunities for people who are articulate, doing their research, have a voice and are media savvy.

I am a bit concerned that we are not seeing so many of those initiatives coming out of New Brunswick. I wonder if there is a bit of a culture of defeatism, that the Irvings are the big game in

dans notre eau et dans notre air. À quoi va ressembler notre paysage futur? Quelles seront les possibilités d'affaires pour nous-mêmes et nos enfants? Ce sont largement là des questions qui sont décidées au niveau local, et il nous faut plus de renseignements afin de pouvoir participer à ces discussions.

Le sénateur Eyton : Ne pensez-vous pas que certaines des nouvelles technologies, des nouveaux moyens de radiodiffusion, des nouveaux outils pour parler aux gens sont en train d'aider? J'estime que certains canaux sont aujourd'hui disponibles. J'imagine qu'ils ne sont pas très bien connus par certains segments de la population et qu'ils ne sont pas très utilisés, mais je pense que cela est en train de changer très rapidement. Je pense que d'ici un an ou deux il y aura encore d'autres choix et d'autres options à la portée des gens. N'entrevoiez-vous pas du tout cela?

Mme Steuter : Ce qui me préoccupe c'est que ce n'est pas ce qui est en train de se passer au niveau local. En fait, ce qui se passe c'est qu'il y a toute une évolution électronique dans la façon dont les journaux sont produits, et seules les grosses entreprises ont les moyens d'acheter ce matériel et de l'exploiter de façon rentable. Les plus petits hebdomadaires et journaux n'y ont pas réellement accès et continuent de produire à l'ancienne, ce qui coûte plus cher, et ils ne sont donc pas concurrentiels.

Au niveau international, avec l'Internet, et les médias de rechange et les cybermagazines qui produisent les jeunes gens, il se distribue quantité de merveilleuses informations. Mais au niveau local, provincial, ce qui m'inquiète c'est que nous ne suivons pas du tout le courant.

Le sénateur Eyton : Tout particulièrement à Terre-Neuve, mais un petit peu à Halifax également, nous avons, au cours des derniers jours, entendu parler d'initiatives locales et votre préoccupation est clairement l'information et le discours locaux. Nous avons entendu parler d'initiatives locales, et j'entends par là des initiatives communautaires visant la publication d'un journal communautaire ou le lancement d'une station de radio communautaire à portée limitée. En un sens, il s'agit presque de coopératives ou d'efforts communautaires. Il y a eu plusieurs cas de très belles réussites qui se poursuivent encore. Ces initiatives ont servi les besoins locaux. Envisageriez-vous quelque chose du genre? Étant donné les nouvelles technologies et le coût relativement faible d'un site Web, pensez-vous que ce soit là une solution partielle à vos préoccupations?

Mme Steuter : Nous avons un étudiant de Mount Allison qui a terminé ses études il y a quelques années et dont nous sommes très fiers, et qui est parti créer *The Dominion*, un journal national canadien en ligne qui prend de l'ampleur. C'était au départ un journal étudiant mais il prend de plus en plus d'importance et est plus ou moins disponible gratuitement en ligne. Cet étudiant y travaille très fort en attendant de se trouver un vrai emploi. Il existe donc ce genre de possibilités pour des personnes qui s'expriment bien, qui font leurs recherches, qui ont une voix et qui sont à l'aise avec les médias.

Cela me préoccupe que nous ne voyons pas un très grand nombre d'initiatives du genre au Nouveau-Brunswick. Je me demande s'il n'existe pas une certaine culture de défaitisme, telle

town, and that they own the media, and you cannot really develop something in opposition to them. I have not seen those initiatives happening in New Brunswick the same way I am, for example, in Halifax.

Senator Eyton: I would have thought that the fact that the Irvings are as strong as they are in this area would, in fact, provoke more of the alternative media and alternative solutions.

I have seen that this certainly is a six- or seven-year effort on your part. Are you making progress? Do you have followers and converts to your point of view, or are you losing ground?

Ms. Steuter: When I speak publicly about these issues, and I release my research results, there is a lot of interest. People will say, "I heard you on the radio." They will find me and say, "It is about time somebody said that."

However, I think that a lot of people are even unaware. Even colleagues at my own university, who would have some interest in the field, do not actually know that all the papers in the province are owned by Irvings. They will say, "Oh, no. They do not own the Fredericton one, do they?" I say, "They have owned that one for a long time." There is a lack of awareness so some of the work that I do is just to let people know that there is actually only one voice that they are hearing.

I find that there is a lot more interest now from people interested in environmental issues. The Irvings are so involved in so many industries that have an impact on the environment that people are starting to become concerned that they are not really getting all the information before they decide whether we should have a pesticide spraying ban, whether clear cutting is really necessary, or there is access to different pulp and paper co-operative initiatives. I think there is momentum in terms of people thinking that maybe they do not have as much diversity as they should. However, the first issue is to let people know that there is not as much diversity as they might have thought, because a lot of people are unaware.

Senator Trenholme Counsell: Madam Chair, I do not want this committee to finish this particular discussion, although of course we have two days, on record, that we have only one voice in New Brunswick. I am just wondering, because you are so interested in the availability of news and different opinions in this province, whether you have made any comparison between *l'Acadie Nouvelle* and the Irving family newspapers. The Acadians are very involved in their daily lives with the Irving family in many of the big businesses, the forestry industry and Kent Homes. All up through Buctouche and Kent County, there is a lot of involvement.

Secondly, have you taken the opportunity to study one paper versus, let us say another paper, or papers? Is there a difference in the voice of New Brunswickers? I do not mean language. I mean

que les gens se disent que les Irving sont les gros joueurs en ville et qu'ils possèdent les médias et qu'il n'est vraiment pas possible de créer quelque chose qui s'oppose à eux. Je n'ai pas vu se profiler ces initiatives au Nouveau-Brunswick, comme j'en ai par exemple vues à Halifax.

Le sénateur Eyton : J'aurais pensé que le fait que les Irving soient aussi forts qu'ils le sont dans ce domaine aurait en fait provoqué la création de plus de médias et de solutions de rechange.

Je constate que cela fait six ou sept ans que vous y travaillez. Progressez-vous? Avez-vous des disciples et des convertis, ou bien êtes-vous en train de perdre du terrain?

Mme Steuter : Lorsque je parle publiquement de ces questions et présente les résultats de mes recherches, cela attire beaucoup d'intérêt. Les gens me disent alors, « Je vous ai entendue à la radio ». Ils viennent me retrouver et me disent, « Il est grand temps que quelqu'un dise cela ».

Je crois cependant que les gens sont nombreux à ne même pas être au courant. Même des collègues à mon université, qui devraient s'intéresser au domaine, ne savent en réalité pas que tous les journaux dans la province appartiennent aux Irving. Ils diront, « Oh, non. Ils ne possèdent pas le journal de Fredericton, si? » et je réponds alors, « Ils le possèdent depuis longtemps ». Il y a un manque de connaissances, alors une partie de mon travail vise simplement à sensibiliser les gens au fait qu'ils n'entendent en réalité qu'une seule voix.

Je trouve qu'il y a aujourd'hui beaucoup plus d'intérêt de la part de ceux et celles qui se préoccupent de l'environnement. Les Irving exploitent un si grand nombre d'industries qui ont une incidence sur l'environnement que les gens commencent à s'inquiéter du fait que l'on ne dispose pas réellement de toutes les données avant de décider s'il devrait y avoir une interdiction d'épandage de pesticides, si les coupes à blanc sont vraiment nécessaires ou s'il faudrait autoriser certaines initiatives de coopératives dans le domaine des pâtes et papiers. Je pense que les gens commencent à se dire qu'il n'y a peut-être pas autant de diversité de vues qu'il le faudrait. Mais la première étape est de sensibiliser les gens au fait qu'il n'y ait pas toute la diversité que l'on aurait pu penser, car les gens sont nombreux à ne pas être au courant.

Le sénateur Trenholme Counsell : Madame la présidente, je ne voudrais pas que le comité, bien que nous ayons bien sûr deux jours, mette fin à cette discussion publique au sujet du fait qu'il n'y ait qu'une seule voix au Nouveau-Brunswick. Étant donné que vous vous intéressez tant à la disponibilité d'information et d'opinions diverses dans cette province, je me demande si vous avez fait une comparaison entre *l'Acadie Nouvelle* et les journaux de la famille Irving. Les Acadiens sont très touchés dans leur quotidien par la famille Irving, avec les nombreuses grosses entreprises, l'industrie forestière et Kent Homes. Partout dans la région de Buctouche et du comté de Kent, il y a quantité d'activités.

Deuxièmement, avez-vous eu l'occasion d'examiner un journal par rapport à un ou plusieurs autres? Y a-t-il une différence dans la voix des Néo-Brunswickois? Je ne veux pas parler de la langue.

the ideas and opinions, particularly vis-à-vis issues that might involve the Irving family. I think it is important for that message to be clear from this province; whether there is a difference or not.

Ms. Steuter: I do not have enough expertise in French to do that type of a study myself. I have talked to some leaders in different movements, and asked them, "From your perspective, are your issues getting out?" In many cases, they will say that they have found *l'Acadie Nouvelle* to be much more open to, for example, environmental issues, and that they will raise more debate so that people who are bilingual, or people who speak French, have access to different information than people who are only unilingual English.

Senator Munson: We could go on all day. Just a brief question: Is your voice being heard in Irving newspapers? Is your point of view being fully expressed in Irving newspapers?

Ms. Steuter: I would say not. I did present some of my research to a council of journalists a couple of years ago, and there was coverage of what I had to say at that conference in the Irving papers, with lots of diversity of views about that included. That is one I specifically remember. In general, unless there is a fairly high-profile politician who is raising issues, monopoly ownership of the media is not an issue that you would see debated in the Irving papers.

The Chairman: I am breaking my own rule, but I have one last question.

If new media are not popping up like mushrooms, then you have the media you have. If you are not going to have them owned by the Irvings, you are going to have them owned by somebody else. First, are you aware of anybody who has been interested in buying any of them? Second, would it be a good or a not-good thing if somebody who came in to buy some of them were one of the big central Canadian or western chains, and you would lose a New Brunswick voice?

Ms. Steuter: That is a great question.

The Chairman: You have to answer it quickly, though.

Ms. Steuter: I think that people are interested in buying the papers. I think they are profitable, and the media is a profitable industry to invest in. If a big chain came in that had all of its own editorial issues, I would have new research to work on. However, as a New Brunswicker, I would be very happy to have, at least, more of a debate and more diversity, so I would take that.

The Chairman: Thank you very much, Dr. Steuter.

Ms. Steuter: I am grateful for the opportunity.

The Chairman: Senators, our next witness is Mr. Gary MacDougall, Managing Editor of *The Guardian*, and we owe him, therefore, a special round of thanks for crossing the strait to come to us. Mr. MacDougall, going to P.E.I. was a matter of agonized debate in this committee. It was very hard for us to

Je veux parler des idées et des opinions, surtout par rapport aux questions intéressantes peut-être la famille Irving. Je pense qu'il est important que ce message soit clair dans cette province, s'agissant de savoir s'il y a ou non une différence.

Mme Steuter : Je n'ai pas une connaissance suffisante du français pour pouvoir entreprendre moi-même une telle étude. J'en ai parlé avec certains dirigeants actifs dans d'autres mouvements, et leur ai demandé, « De votre point de vue, vos préoccupations sont-elles exprimées? » Dans de nombreux cas, ils me diront considérer que *l'Acadie Nouvelle* est beaucoup plus ouverte aux questions environnementales, par exemple, et que les personnes bilingues ou francophones ont accès à des informations différentes de celles qui sont livrées aux anglophones unilingues.

Le sénateur Munson : Nous pourrions poursuivre pendant toute la journée. J'aimerais vous poser une courte question : votre voix est-elle entendue dans les journaux Irving? Votre point de vue est-il pleinement exprimé dans les journaux Irving?

Mme Steuter : Je dirais que non. J'ai soumis certains de mes travaux de recherche à un conseil de journalistes il y a de cela quelques années et l'on a couvert ce que j'ai dit dans le cadre de cette conférence dans les journaux Irving, et ces reportages étaient accompagnés de toute une diversité de vues. Il s'agit là d'un cas bien précis dont je me souviens. Mais de façon générale, à moins qu'un politique bien en vue n'en parle, la propriété monopolistique des médias n'est pas une question que l'on aurait tendance à voir débattue dans les journaux Irving.

La présidente : J'enfreins ma propre règle, mais j'aurais pour vous une dernière question.

Si de nouveaux médias ne poussent pas comme des champignons, alors vous avez les médias que vous avez. S'ils n'appartiennent pas à la famille Irving, ils vont appartenir à quelqu'un d'autre. Premièrement, connaissez-vous quelqu'un qui serait intéressé à acheter une de ces entreprises médiatiques? Deuxièmement, serait-ce une bonne ou une mauvaise chose qu'un tel acheteur soit l'une des grosses chaînes du centre ou de l'ouest du pays, auquel cas vous perdriez une voix néo-brunswickoise?

Mme Steuter : Excellente question.

La présidente : Mais il vous faut y répondre rapidement.

Mme Steuter : Je pense que les gens sont désireux d'acheter les journaux. Les journaux sont profitables et l'industrie des médias est une bonne industrie dans laquelle investir. S'il se présentait une grosse chaîne avec sa propre optique rédactionnelle, j'aurais un nouveau sujet de recherche. Cependant, en tant que Néo-Brunswickoise, je serais très heureuse qu'il y ait plus de débat et plus de diversité, alors j'y serais favorable.

La présidente : Merci beaucoup, madame Steuter.

Mme Steuter : Je vous suis reconnaissante de l'occasion qui m'a été ici donnée de comparaître devant vous.

La présidente : Sénateurs, le témoin suivant est M. Gary MacDougall, rédacteur en chef du *Guardian*, et il nous faut donc le remercier tout particulièrement d'avoir traversé le détroit pour venir à nous. Sachez, monsieur MacDougall, que le comité a longtemps agonisé au sujet de la possibilité de se rendre à l'Île-du-

decide not actually to go to you, but instead to ask you to come to us. As you may have noticed, timetables seem to be speeding up in Ottawa these days, and we just ran out of time. We apologize to you, and through you, to the people of P.E.I. for not getting there, but we are awfully glad that you made the trip to speak to us. I think you know that we asked you to make a statement of 10 minutes or so, and then we ask you questions. The floor is yours.

Mr. Gary MacDougall, Managing Editor, *The Guardian*: Thank you very much.

Just sitting back in the audience behind, it is a very interesting debate. Other than sex and maybe the price of P.E.I. potatoes, what is more fascinating than to discuss the news media? I think people love talking about this issue, and I guess you folks do.

I would like to thank you for the opportunity to appear here. I apologize. I am in the daily newspaper business. I am not that well prepared in the sense of speaking notes or anything, but I do not know if I have anything that profound to say to you anyway, other than I did make sure that I had approval to speak here.

The Chairman: Yes, show that to the audience.

Mr. MacDougall: Boy, I am working this crowd here?

The Chairman: Just hand it the clerk.

Mr. MacDougall: I might add, getting an audience with the brand new Pope for a Presbyterian was not easy to pull off.

I would preface my remarks by saying I have been in the newspaper business for about 35 years. That does not count when I started as a carrier. I hope to end as a carrier actually, just to get exercise and to get out. After all those years, and hearing many opinions from people on many issues, about the only thing I am sure of is that I certainly do not have all the answers. After a while you become a sponge in this business, you hear so many people telling you what is right and what is wrong.

However, I do have some opinions and I am going to share them with you. If you have some questions, hopefully I can help answer. I took some of the material that was sent to me, and I took out a few key questions. I just put my two cents in.

One of the first things was, do Canadians have an appropriate amount and quality of information? I would say Canadians, like never before in their history, have access to a multitude of media sources: some very traditional ones such as the newspapers like

Prince-Édouard. Il nous a été très pénible de décider de ne pas nous rendre chez vous mais plutôt de vous demander de venir à notre rencontre ici. Comme vous l'avez peut-être remarqué, les choses se bousculent de plus en plus à Ottawa ces jours-ci et nous avons tout simplement manqué de temps. Nous vous demandons donc à vous et, par votre intermédiaire, aux gens de l'Île-du-Prince-Édouard, de nous excuser de ne pas nous être rendus chez vous, mais nous sommes vraiment ravis que vous ayez pu venir ici. Vous savez, je pense, que vous disposez d'environ dix minutes pour faire une déclaration, après quoi nous vous poserons des questions. Vous avez la parole.

M. Gary MacDougall, rédacteur en chef, *The Guardian* : Merci beaucoup.

Assis que j'étais au fond de la salle, j'ai trouvé la discussion fort intéressante. Exception faite du sexe et peut-être du prix de la pomme de terre de l'Île-du-Prince-Édouard, qu'y a-t-il de plus fascinant comme sujet de discussion que les médias d'information? Je pense que les gens adorent en parler, et c'est sans doute votre cas à vous.

J'aimerais vous remercier de l'occasion qui m'a été donnée de comparaître devant vous. Je dois vous présenter des excuses. Mon domaine, c'est celui des quotidiens. Je ne suis pas très bien préparé en ce sens que je n'ai pas de texte, mais de toute façon j'ignore si j'ai quelque chose de bien profond à vous dire, mis à part le fait que je me suis bien occupé de veiller à ce que je sois autorisé à prendre la parole devant vous ici.

La présidente : Oui, montrez cela à l'assistance.

M. MacDougall : Je travaille bien mon public, n'est-ce pas?

La présidente : Vous n'avez qu'à remettre cela au greffier.

M. MacDougall : J'ajouterais que ce n'a pas été chose facile pour un membre de l'Église presbytérienne d'obtenir une audience avec le tout nouveau Pape.

Je dirais, en guise de préface, que je travaille dans le monde des journaux depuis environ 35 ans. Sans compter mes débuts comme livreur de journaux. J'espère en fait bientôt mettre le point final à ma carrière, ne serait-ce que pour faire un peu d'exercice et sortir. Après toutes ces années et après avoir entendu un si grand nombre d'opinions exprimées par un si grand nombre de personnes sur un si grand nombre de questions, à peu près la seule chose dont je sois certain est que je n'ai clairement pas toutes les réponses. Après un moment passé dans ce domaine, vous devenez un petit peu comme une éponge à force d'entendre tellement de gens vous dire ce qui est bien et ce qui est mal.

J'ai cependant un certain nombre d'opinions et je vais les partager avec vous. Si vous avez des questions, j'ose espérer que je pourrai y répondre. J'ai parcouru la documentation qui m'a été envoyée et y ai glané quelques questions clés. Permettez-moi d'y mettre mon grain de sel.

L'une des premières questions posées est la suivante : les Canadiens ont-ils accès à une quantité et une qualité suffisantes d'information? Je dirais que plus que jamais dans leur histoire les Canadiens ont accès à une multitude de sources

The Guardian in Charlottetown which has been around for well over a hundred years, and of course, many others that are birthed by the Internet and cyberspace.

Today's world is different. Times are indeed changing. We recently did a publication on the one-hundred and fiftieth anniversary of the City of Charlottetown. That is my plug for Charlottetown tourism. They are celebrating it this year. We did a special edition so we did a lot of research into the old days and I think we in the news business especially long for those days when they had those fiery rhetoric-filled town hall meetings, almost fist fights between opponents and politicians and things. Unfortunately, those do not happen anymore. Elections come and go, but those fiery town hall meetings do not seem to exist anymore.

However, today, if you pay attention, those kinds of discussions and exchange of information are happening either on the editorial pages of newspapers, on Internet blog sites, or on chat lines. The information is indeed out there, I think, nowadays, like never before. The challenge for the consumer of the news is sifting through the sources and the spin-doctoring that is taking place all around us, not to mention the hatred and misinformation that is all around us. I am certainly not going to be one to criticize people having access to information, but I think maybe a growing — I do not know if "problem" is the right word — "challenge" is that there is so much information out there now that consumers — especially if they are not that sophisticated about where it is coming from, it does not really have editors, and it is just this wall of information coming at them — have to make choices based on what they see on a screen, and who knows who sent it. One thing about newspapers, or the traditional media, is that a form of editing takes place, a certain kind of message, whereas on the Internet who knows what you are getting?

On the question of older and younger Canadians accessing information and in a different manner, I think increasingly youth, because they are young and impatient, as all youth are, are looking for an instant fix. They are not going to wait for the newspaper to come out in five or six hours, or their next radio broadcast. They want to know what is going on, and they want to know what is going on right now, and they will get it. It is on their computers, cell phones, shoe phones and toothbrushes, who knows, but it is all coming at us.

I am speaking here mainly from the perspective of newspapers. Pretty well every newspaper now has an Internet site, and usually they are popular. One of the things the newspaper industry, at least in Charlottetown, and I do not think in too many places, have figured out is how to make a buck off the Internet. I do not say that to sound crass, but news media is owned by private folks, and they need to make a dollar to stay in business. We have all

médiatiques : certaines très traditionnelles, comme des journaux tels *The Guardian* à Charlottetown, qui existe depuis plus de 100 ans et, bien sûr, de nombreuses autres qui sont nées dans l'Internet et dans le cyberspace.

Le monde d'aujourd'hui est différent. Les temps sont en effet en train de changer. Nous avons récemment réalisé une publication pour marquer le 150^e anniversaire de la Ville de Charlottetown. Voilà mon petit baratin pour donner un coup de pouce au tourisme à Charlottetown. La ville fête cette année cet anniversaire. Nous avons produit une édition spéciale et avons donc fait beaucoup de recherche sur le passé, et je pense que nous autres journalistes regrettons tout particulièrement les vieux jours où il y avait ces réunions municipales truffées de discours enflammés et où les politiciens et leurs opposants s'adonnaient presque à des combats de boxe. Malheureusement, cela ne se voit plus de nos jours. Les élections vont et viennent, mais ces assemblées publiques fougueuses ne sont plus.

Cependant, aujourd'hui, si vous faites attention, ces genres de discussions et d'échanges d'informations figurent ou dans les éditoriaux de journaux, ou dans les carnets Web ou sur les lignes de bavardage. Je pense que l'information est aujourd'hui là comme jamais auparavant. Le défi pour le consommateur de nouvelles est de faire le tri parmi toutes les sources et la manipulation qui nous entourent, sans parler de la haine et la désinformation qui nous assaillent. Je ne vais certainement pas être de ceux qui critiquent le fait que les gens aient accès à l'information, mais je pense qu'un « défi » croissant — je ne sais pas si le mot « problème » serait le bon terme — est qu'il y a tellement d'information que les consommateurs — surtout s'ils ne sont pas sophistiqués s'agissant de savoir d'où cela provient, s'il y a un éditeur responsable ou s'il y a simplement un barrage d'information qui vient les noyer — doivent faire des choix sur la base de ce qu'ils voient sur un écran, et sans savoir d'où cela vient. Une chose dont on est certain s'agissant des journaux ou des médias traditionnels est qu'il y a une certaine forme d'examen rédactionnel qui s'opère, tandis que sur l'Internet, qui sait ce que vous obtenez?

Quant à la question des Canadiens plus vieux et plus jeunes qui accèdent à l'information de façon différente, je pense que les jeunes, du fait de leur jeunesse et de leur impatience, recherchent de plus en plus la solution instantanée. Ils ne vont pas attendre la parution du journal dans les cinq ou six heures ou la prochaine radiodiffusion. Ils veulent savoir ce qui se passe et ils veulent le savoir tout de suite, et ils vont l'obtenir. Cela leur est livré par leurs ordinateurs, leurs téléphones cellulaires, leurs téléphones-sousiers ou leurs brosses à dents, qui sait, mais cela nous assaille tous.

Je parle ici principalement du point de vue des journaux. Aujourd'hui, presque tous les quotidiens ont un site Internet, et ceux-ci sont en règle générale populaires. Une chose que l'industrie des journaux, en tout cas à Charlottetown, mais c'est sans doute la même dans beaucoup d'autres endroits, n'a pas appris à faire c'est comment réaliser un profit avec l'Internet. Je ne dis pas cela pour être crasse, mais les médias d'information

rushed to get our Internet sites up there. You have heard this before, I am sure. We are all up there. Our sites are popular, but how do we make a dollar?

Making a dollar off the Internet is important because traditional newspaper readership, of course, is declining. There is no question about it. I am happy to say on the Island it is maybe not declining quite as rapidly as in other areas, but newspaper readership is under attack. There is no question about it. There is a certain downward trend in circulation numbers due to other electronic media, the Internet, loss of reader loyalty, people are just too busy, and everybody is working. The Internet is an obvious way — I am not saying it is the only way — for the newspaper industry to make a little money and remain profitable. We have not figured out how to make a dollar at it, and I think it is important that the newspaper industry and new media does. The challenge is going to be that when everybody rushed to the Internet, it was all free. How we are going to expect people to pay much for it? I do not know. Maybe they should not pay much for it.

Should existing foreign ownership restrictions be changed? In my opinion, that is an easy “No.” The existing rules may allow for corporate giants, so to speak, to dominate the news media in Canada, but to my mind, that is a lot better than the Canadian news media to be dominated by global giants or global interests. Better the devil you know, than the devil you don’t.

When I say that old expression, I certainly do not mean to say that the news media is populated by devils: very much to the contrary, despite the fact we may not be held in much higher esteem than politicians, for instance, present company excluded. In my experience, and I have been in the news media a long time, it is populated by very sincere people. People that work in the news media are serious about their craft. They are serious about trying to help people. We are not the bad bogeymen that some people seem to think we are. We are just men and women trying to get our jobs done, and get home, and usually we are late getting home.

Despite some of these little challenges I mentioned about the Internet and different competition, I still think newspapers set the news agenda in the country, with all apologies to former television people.

Senator Munson: You have to get your news somewhere.

Mr. MacDougall: Well, that is right.

Senator Munson: The newspaper is as good a place as any to get it.

appartiennent à des intérêts privés qui doivent faire un profit pour rester en affaires. Nous nous sommes tous bousculés pour créer nos sites Internet. Vous avez déjà entendu parler de cela, j’en suis certain. Nous sommes tous là. Nos sites sont populaires, mais comment faire pour réaliser un profit?

Réaliser un profit à l’Internet est important car les abonnements aux quotidiens traditionnels sont, bien sûr, en déclin. Cela est clair. Je suis heureux de dire que dans l’Île cela ne décline peut-être pas aussi rapidement qu’ailleurs, mais l’effectif-lecteurs est en déclin. Il n’y a de cela aucun doute. Il y a une certaine tendance à la baisse des chiffres de circulation compte tenu des autres médias électroniques, de l’Internet, du recul de la loyauté des lecteurs, du fait que les gens soient tout simplement trop occupés et du fait que tout le monde travaille. L’Internet est un moyen évident — je ne dis pas que c’est le seul moyen — pour l’industrie des journaux de se faire un peu d’argent et de demeurer un peu rentable. Nous n’avons pas encore trouvé le moyen d’y gagner de l’argent et je pense qu’il est important que l’industrie des journaux et que les nouveaux médias y parviennent. Le défi vient du fait que lorsque tout le monde s’est précipité sur l’Internet, tout était gratuit. Comment pouvons-nous compter que les gens paieront grand-chose pour cela? Je ne sais pas. Peut-être qu’ils ne devraient pas payer grand-chose.

Les actuelles restrictions en matière de propriété étrangère devraient-elles être maintenues? À mon avis, la réponse est un « non » retentissant. Les règles actuelles permettent peut-être aux géants pour ainsi dire de dominer les médias d’information au Canada, mais, à mon sens, cette situation est préférable à la domination des médias d’information canadiens par des intérêts internationaux. Mieux vaut un danger qu’on connaît qu’un danger qu’on ne connaît pas.

En citant ce vieil adage, je ne veux pas dire que les médias d’information sont peuplés de dangers : bien au contraire, en dépit du fait que nous ne soyons peut-être pas mieux considérés que les politiciens, par exemple, exclusion faite des personnes ici présentes. Selon mon expérience, et j’y œuvre depuis longtemps dans les médias d’information, ce secteur est peuplé par des gens très sincères. Ceux et celles qui œuvrent dans les médias d’information abordent leur travail avec sérieux. Ils tiennent à aider les gens. Nous ne sommes pas les gros méchants que d’aucuns pensent. Nous ne sommes que des femmes et des hommes qui nous efforçons de faire notre travail, et de rentrer chez nous, et en règle générale, nous rentrons tard à la maison.

En dépit de certains de ces petits défis que j’ai mentionnés relativement à l’Internet et à la concurrence venant d’ailleurs, je demeure convaincu que ce sont les quotidiens qui fixent dans ce pays le programme des nouvelles, avec toutes mes excuses aux anciens de la télévision.

Le sénateur Munson : Il vous faut obtenir vos nouvelles quelque part.

M. MacDougall : En effet.

Le sénateur Munson : Les quotidiens sont un endroit aussi bon qu’un autre.

Mr. MacDougall: That is right. Most electronic journalists start the day by reading a newspaper.

On the question of CRTC, or some other government body being involved in the regulation and the supervision of the news media, you are probably not surprised by what I said a couple of minutes ago. I am not in favour of that, and here is an example. A few years ago *The Guardian*, in Charlottetown, was owned by Conrad Black, and there was a tremendous hue and cry around that particular time, about Sir Black, or whatever his title is. At the time I think he was just Conrad Black, but he has assumed the title. The hue and cry was that Conrad Black and his folk were going to gobble up all the country's newspapers, and he did have quite a run for awhile. There is no question about it, from your former paper, St. John's, Newfoundland, right to Victoria. He owned a lot of newspapers, and there was justifiable concern at that particular time for at least that topic to be in a discussion stage. It turns out, of course, the sky did not fall. Now, if any sky is falling it is Mr. Black's and he is running from reporters who are trying to track him down and ask him serious questions.

For awhile the free enterprise system allowed Mr. Black's star to shine, but the system's checks and balances have now resulted in a very different looking Canadian media field; a healthy one I would argue. My parent company, Transcontinental Media, is a big player indeed in PEI, Nova Scotia and Newfoundland and Labrador. We are a big fish in a little pond. The Irving family, as we just heard, is a dominant player here in New Brunswick. *The Chronicle-Herald* flourishes quite nicely in Halifax, Atlantic Canada's largest city. Quebec has its corporate owners. Ontario has the Torstar Media Group, the Osprey Group, Sun Media, others. CanWest is there too, plus they are out West. Of course the country has a multitude of weekly newspapers. I have just referred to the print side. I am not well versed in the electronic media. In other words, no one newspaper group controls the Canadian news media. If some government body exercised control over newspaper ownership, I would suggest there would have been intervention, possibly when the Conrad Black era existed a few years ago. There was no intervention, and what would have happened if somebody had stepped in and stopped some of these sales? What kind of confusion would that have caused? We survived Mr. Black, and I would argue the newspaper industry is healthy.

Other than having newspapers locally owned, corporate ownership has worked out pretty well for Canadians I think. I am certainly not against corporate ownership. In a perfect world, it would be nice, I suppose, for Prince Edward Island's leading newspaper to be owned by Islanders. It was started by Islanders in the 1880s, an old Presbyterian minister. That is my connection I guess. It evolved over the years into *The Guardian*. In the 1950s, it was purchased by Thompson. Then we had the corporate and merry whirlwind of the 1990s and the early 2000s when we had several owners. Local ownership has its pluses and minuses I

M. MacDougall : C'est exact. La plupart des journalistes électroniques commencent leur journée en lisant un quotidien.

En ce qui concerne le CRTC ou l'intervention d'un autre organe gouvernemental dans la réglementation et la supervision des médias d'information, vous n'avez sans doute pas été surpris par ce que j'ai dit il y a quelques instants. Je n'y suis pas favorable, et en voici un exemple. Il y a quelques années, *The Guardian*, à Charlottetown, appartenait à Conrad Black, et il y a eu à l'époque tout un tollé au sujet de sir Black. À l'époque, il était simplement Conrad Black, mais il a ensuite pris ce titre. Tout le monde s'affolait en disant que Conrad Black et son équipe allaient absorber tous les quotidiens du pays, et il s'est pendant un temps bien amusé. Il n'y aucun doute là-dessus, de votre ancien journal à St. John's, Terre-Neuve, jusqu'à Victoria. Il détenait un grand nombre de quotidiens et l'on s'inquiétait à l'époque de la question de savoir si cela allait ne serait-ce qu'être discuté. Il s'est cependant avéré que le ciel ne s'est pas effondré. Aujourd'hui, s'il s'effondre, c'est sur la tête de M. Black, qui fuit les journalistes qui essaient de le détrousser afin de lui poser des questions.

Pendant quelque temps, le régime de libre entreprise a laissé briller l'étoile de M. Black. Mais le système de poids et contrepoids a, depuis, résulté en un secteur médiatique canadien très différent, dont j'arguerais qu'il est d'ailleurs en bonne santé. Ma société mère, la Transcontinental Media, est en effet un joueur important à l'Île-du-Prince-Édouard, en Nouvelle-Écosse ainsi qu'à Terre-Neuve et au Labrador. Nous sommes un gros poisson dans une petite mare. La famille Irving, comme nous venons de l'entendre dire, est un joueur dominant ici au Nouveau-Brunswick. Le *Chronicle-Herald* réussit fort bien à Halifax, la plus importante ville de la région de l'Atlantique. Le Québec a ses grosses sociétés. L'Ontario a le Torstar Media Group, l'Osprey Group, Sun Media, et d'autres. CanWest est présent lui aussi, tout comme il l'est dans l'Ouest. Le pays compte bien sûr une multitude d'hebdomadaires. Je n'ai ici parlé que de la presse écrite. Je ne suis pas très calé en médias électroniques. En d'autres termes, aucun groupe de quotidiens ne contrôle à lui seul les médias d'information canadiens. S'il existait quelque organe de contrôle gouvernemental de la propriété des quotidiens, il me semble qu'il y aurait eu intervention, possiblement à la fin de l'ère de Conrad Black il y a de cela quelques années. Or, il n'y a eu aucune intervention, et que ce serait-il passé si quelqu'un était intervenu et avait stoppé certaines de ces ventes? Quel genre de confusion cela aurait-il semé? Nous avons survécu à M. Black et je dirais que l'industrie des journaux se porte bien.

En dehors de la propriété locale des journaux, j'estime que la propriété par des sociétés a assez bien fonctionné pour les Canadiens. Je ne suis en tout cas pas contre la propriété privée. Dans un monde parfait, je suppose qu'il serait bien que le plus grand quotidien de l'Île-du-Prince-Édouard appartienne à des gens de l'île. Il a été lancé par des Prince-Édouardiens, par un vieux ministre de l'Église presbytérienne dans les années 1880. C'est là, sans doute, le lien avec moi. Cela a évolué dans le temps pour devenir *The Guardian*. Dans les années 50, le journal a été acheté par Thompson. Lors du

suppose. I have never had local ownership. There is the issue of editorial independence. There is the issue of resources.

Interestingly, one of our best owners, and here I quote Elmer Fudd, was the now "wascally wabbit" called Conrad Black. People look at me like I have two heads when I say that, the bit about him being a good owner, not my Elmer Fudd impersonation, but it was true. Much like our present owners, Transcontinental Media, Black did not interfere editorially in the operation of *The Guardian*. He made a major capital investment in our facility in Charlottetown, which as you may or may not know is a mere block from where the Fathers of Confederation met in 1864 to plan our grand nation.

I do not mean to obsess on Mr. Black. I have mentioned his name quite a few times here. We do not necessarily pine for his return in Charlottetown. This is my plug for Transcontinental Media. We are quite happy with, I want to stress, Transcontinental Media. That is on the record here, I hope. That will be the headline. I am just mentioning him as an example of how corporate ownership tends to ebb and flow in this country, and the industry survives.

We have had several ownership changes at *The Guardian* in the last few years. I am not saying that is necessarily a great thing because it causes a lot of personal angst for employees and staffers when all of a sudden you are owned by "A", and then "B" owns you, and then "C" owns you. There is that concern but we have not suffered negatively to have corporate ownership.

Having spoken positively about corporate ownership, I should point out that everyone to a certain extent has to have some concerns about corporate ownership. Only a fool would say that one company or one individual should be allowed to own everything in the country. That just should not happen.

Forgive me here, my notes are a little rough.

When I speak positively of corporate ownership, along with corporate ownership, corporations have serious responsibilities. *The Guardian* has been operating in Prince Edward Island for well over a hundred years, and Islanders, I think to a certain extent, think they own it. In many ways they think they own *The Guardian* and these other corporations, or corporate people, just every once in a while run the show for awhile.

However, journalism is both very complex and very simple. Good journalism requires committed and trained journalists working under reasonable conditions. Owners must ensure the media turns out quality and timely information, and not just act as a vehicle to make money or that sort of thing. Corporate

branle-bas des années 90 et du début des années 2000, il y a eu une succession de propriétaires. La propriété locale a eu ses avantages et ses inconvénients, je suppose. Je n'ai pour ma part jamais travaillé pour des propriétaires locaux. Il y a la question de l'indépendance rédactionnelle. Il y a la question des ressources.

Chose intéressante, l'un de nos meilleurs propriétaires, et je cite ici Elmer Fudd, est le « wascally wabbit » du nom de Conrad Black. Les gens me regardent comme si j'avais deux têtes lorsque je dis qu'il était un bon propriétaire, sans tenir compte de mon imitation d'Elmer Fudd, mais c'était vrai. À la manière de nos actuels propriétaires, Transcontinental Media, Black ne s'est pas ingéré dans la politique rédactionnelle du *Guardian*. Il a consenti un investissement d'envergure dans nos installations à Charlottetown qui, comme vous le savez peut-être, mais peut-être pas, se trouvent à une rue seulement du lieu où les Pères de la Confédération se sont rencontrés en 1864 pour planifier notre grande nation.

Je n'entends pas être obnubilé par M. Black. J'ai plusieurs fois ici mentionné son nom. Nous n'aspérons pas forcément à son retour ici à Charlottetown. Ceci est peut-être ma petite réclame pour Transcontinental Media. Je tiens à souligner que nous sommes très heureux de Transcontinental Media. J'ose espérer que cela va figurer au procès-verbal. Ce sera le gros titre. Je ne mentionne M. Black qu'à titre d'exemple de la façon dont la propriété d'entreprise a tendance à fluctuer dans ce pays, et l'industrie survit pourtant.

Nous avons vécu plusieurs changements de propriétaires au *Guardian* au cours des dernières années. Je ne dis pas qu'il s'agit forcément là d'une chose merveilleuse, car cela crée beaucoup d'angoisse chez les employés lorsque tout d'un coup vous appartenez à « A », puis à « B » puis enfin à « C ». C'est là un souci, mais nous n'avons pas souffert du fait de ce régime de propriété.

Ayant parlé positivement de la propriété privée, il me faudrait souligner que chacun nourrit dans une certaine mesure certaines inquiétudes quant à ce régime de propriété. Seul un idiot dirait qu'une entreprise ou qu'une personne devrait être autorisée à posséder tout au pays. Cela ne devrait tout simplement pas arriver.

Pardonnez-moi, mes notes sont ici vraiment très schématiques.

Lorsque je parle de façon positive de la propriété collective, il ne faut pas oublier qu'aux côtés de la propriété, les sociétés ont de sérieuses responsabilités. Le journal *The Guardian* existe à l'Île-du-Prince-Édouard depuis plus de 100 ans, et les Prince-Édouardiens considèrent jusqu'à un certain point qu'ils le possèdent. À bien des égards, ils estiment être les propriétaires de *The Guardian* et que ces autres sociétés, ou propriétaires de sociétés, gèrent simplement l'affaire de temps à autre.

Cependant, le journalisme est à la fois très complexe et très simple. Le bon journalisme exige des journalistes engagés et formés travaillant dans des conditions raisonnables. Les propriétaires doivent veiller à ce que les médias livrent des informations de qualité dans les temps, au lieu de n'être qu'un

ownership also carries a serious corporate responsibility. The people of Prince Edward Island deserve their information the same as anybody does.

While I am at this venue right here, I would like to take an opportunity to plug the newspaper industry. I am sorry I am obsessing on the newspaper industry, but perhaps I know it better than others. Another great Canadian institution is the Canadian Press, and I am sure perhaps you folks have heard it discussed in your deliberations. *The Guardian*, like many newspapers, has had a long tradition of co-operation with the Canadian Press. It is absolutely vital to our product and our ability to tell Islanders what is happening when you get off the Island.

In closing, in my opinion, the news media is healthy, independent and increasingly diverse, much more so than it would be with strict government regulations. My fear about regulations is that right now the news media is very fluid. It is free to run off and do what it wants, and to take on campaigns. We could start a campaign at *The Guardian* to abolish the Senate, and go on about it for ten years if we wanted. As long as we are fair to the other side of the argument for the Senate, what is wrong with that?

The Chairman: You would be the first in the country.

Mr. MacDougall: What, to be successful or to start the campaign?

The Chairman: To present the other side of the argument.

Mr. MacDougall: Journalistic decisions must be based, in my opinion, on journalistic reasons, and not for politics or for how that might play out.

I am afraid, humbly, that is my submission.

The Chairman: You have covered a lot of ground very cogently.

Senator Eyton: Thank you for your remarks. So far we have heard from Canadians across the land. Their concerns seem to be focussed on local coverage and local news. My first question to you is, what does your paper do in that category? You mentioned CP, which would be, I suppose, the out-of-province news mostly.

Mr. MacDougall: News from away.

Senator Eyton: I wondered what your efforts are, and how effective you are, at speaking about local events and things that are happening within your province?

Mr. MacDougall: I humbly submit, and Heaven knows we have our failings, but our slogan on the flag on top of our newspaper is, We cover the Island like the dew. That may be a bit

véhicule source d'argent. La propriété collective est par ailleurs assortie d'une sérieuse responsabilité. La population de l'Île-du-Prince-Édouard mérite ses informations comme c'est le cas de n'importe qui.

J'aimerais profiter du fait que je sois ici pour faire la promotion de l'industrie des journaux. Je m'excuse d'être ainsi obnubilé par l'industrie des journaux, mais c'est peut-être que je la connais mieux que toutes les autres. Une autre formidable institution canadienne est la Presse canadienne, dont je suis certain que vous avez entendu parler dans le cadre de vos délibérations. *The Guardian*, comme de nombreux quotidiens, a une longue tradition de collaboration avec la Presse canadienne. Ce service est absolument essentiel à notre produit et à notre capacité de dire aux Prince-Édouardiens ce qui se passe à l'extérieur de l'île.

En conclusion, à mon avis, les médias d'information sont vigoureux, indépendants et de plus en plus diversifiés, beaucoup plus, d'ailleurs, qu'ils ne le seraient sous un régime de réglementation gouvernementale stricte. Ma crainte en ce qui concerne l'application de règlements est qu'à l'heure actuelle les médias d'information sont très fluides. Ils sont libres de partir à la course et de faire ce qu'ils veulent et de faire campagne. Nous pourrions au *Guardian* lancer une campagne pour faire abolir le Sénat, et cela pourrait s'étendre sur une dizaine d'années si nous le voulions. Tant et aussi longtemps que nous sommes justes à l'égard de l'autre camp, plaidant en faveur du Sénat, où est le problème?

La présidente : Vous seriez les premiers au pays.

M. MacDougall : À réussir ou à lancer la campagne?

La présidente : À présenter l'autre côté de l'argumentation.

M. MacDougall : Les décisions journalistiques doivent à mon sens s'appuyer sur des raisons journalistiques et non pas sur la politique ou sur l'issue possible.

Voilà les propos que je tenais très humblement à vous soumettre.

La présidente : Vous avez, très puissamment, couvert beaucoup de terrain.

Le sénateur Eyton : Merci de vos remarques. Nous avons jusqu'ici entendu des Canadiens de partout au pays. Leurs préoccupations semblent pour la plupart tourner autour de la couverture locale et des nouvelles locales. Ma première question pour vous est la suivante : que fait votre journal dans cette catégorie? Vous avez mentionné la PC qui, je suppose, serait la principale source de nouvelles hors province.

M. MacDougall : De nouvelles de loin.

Le sénateur Eyton : J'aimerais savoir quels sont vos efforts, et dans quelle mesure ceux-ci sont efficaces, s'agissant de votre couverture d'événements locaux et de choses qui se passent dans votre province.

M. MacDougall : Je vous soumettrai humblement, et Dieu sait que nous avons nos faiblesses, mais notre slogan sur la grande manchette de notre journal dit « We cover the Island like the

of an exaggeration. I am sure there are days when our readers probably think that there is some dew out there that we missed, but that is our lifeline. We err on the side of local.

We are a bit of an odd paper in the sense that Prince Edward Island is an aberration in Confederation, for its geography and that. At *The Guardian*, we have to be like *The Globe and Mail* of Prince Edward Island, to a certain extent. We have to be provincial. At the same time we have to be local, almost, like a bit of a weekly. We have this odd mix. I think local news is our strength, and we err on the side of local coverage.

Some might argue we err on the side of the local to the point we may be a little parochial when it comes to some of the more national issues. I do not mean to say that we ignore regional, national, and international news. We try to do a good job on that but if we have to err, it is on the side of local, because people have other vehicles for the national news if they want it. You cannot get that much PEI news except on PEI.

Senator Eyton: Could you quantify the way in which you get local news, or comment on the reporters and perhaps the provincial bureaux that you have? For example, how do you do Summerside?

Mr. MacDougall: We have a bureau in Summerside, and we have a sister daily newspaper, an afternoon paper, there. We share. There is no editorial co-operation, other than if they want something from *The Guardian*, they can have it, if it has been published. If we want something from their paper after it has been published, we can have it.

We have a small bureau in Summerside. We have two bureaux in Kings County, and our head office, of course, is in Charlottetown. PEI is an aberration in many ways because of its size. We are a provincial capital so we have a legislature. It consumes two of our reporters. It is underway right now. We have all the levels of court. Charlottetown is a strange little city in the sense that — I always tell the young reporters — it is a great little place to work, because we are like a mini-Ottawa. I humbly say that, but we have all the levels of court and we have our share of federal-provincial meetings. It is quite a challenge actually. Quite a bit goes on for an area our size. There are only 138,000 Islanders, or so.

I do not think I have fully answered your question. We take the news agenda of the day. We try to cover what we think is vital and important. We have a vibrant letter section in our opinion page.

dew » — nous recouvrons l'île comme de la rosée. C'est peut-être là une légère exagération. Je suis certain qu'il y a des jours où nos lecteurs pensent qu'il y a sans doute de la rosée qui nous a échappée, mais c'est là notre principe directeur. Nous penchons du côté du local.

Nous sommes un journal quelque peu étrange en ce sens que l'Île-du-Prince-Édouard est une aberration au sein de la Confédération, du fait de sa géographie et de tout le reste. Chez *The Guardian*, il nous faut dans une certaine mesure être comme *The Globe and Mail* de l'Île-du-Prince-Édouard. Il nous faut être provincial. En même temps, il nous faut être local, un peu à la manière d'un hebdomadaire. Nous avons ainsi ce drôle de mélange. J'estime que les nouvelles locales sont notre force, et nous péchons par excès de prudence du côté de la couverture locale.

D'aucuns argueront peut-être que nous péchons par excès du côté local à un point tel que nous faisons peut-être un petit peu trop esprit de clocher par rapport aux dossiers à caractère davantage national. Je ne veux pas dire par là que nous ignorons les nouvelles régionales, nationales et internationales. Nous nous efforçons d'y faire un bon travail, mais s'il nous faut pêcher par excès, c'est du côté du local, car les gens disposent d'autres véhicules pour obtenir les nouvelles nationales. Il ne se diffuse pas beaucoup d'actualités sur l'Île-du-Prince-Édouard sauf en l'Île-du-Prince-Édouard.

Le sénateur Eyton : Pourriez-vous quantifier la façon dont vous obtenez vos nouvelles locales ou en tout cas nous éclairer quant aux journalistes ou peut-être aux bureaux provinciaux que vous avez? Par exemple, comment faites-vous à Summerside?

M. MacDougall : Nous avons un bureau à Summerside, et y avons un quotidien frère, un quotidien d'après-midi. Nous partageons. Il n'y a aucune collaboration rédactionnelle, sauf que s'ils veulent quelque chose du *Guardian*, ils peuvent l'avoir, si cela a été publié. Si nous voulons avoir quelque chose de ce journal-là, après publication, alors c'est possible.

Nous avons un petit bureau à Summerside. Nous avons deux bureaux à Kings County et notre siège se trouve, bien sûr, à Charlottetown. L'Île-du-Prince-Édouard est à bien des égards une aberration du fait de sa taille. Nous sommes une capitale provinciale et nous avons donc une assemblée législative. Elle accapare deux de nos journalistes. Ses travaux sont en cours à l'heure actuelle. Nous couvrons également les cours de tous les paliers. Charlottetown est en un sens une drôle de petite ville — je le dis toujours aux jeunes journalistes — un drôle de petit endroit où travailler, car nous sommes comme un mini Ottawa. Je dis cela avec humilité, mais nous avons des tribunaux de tous les paliers ainsi que notre part de réunions fédérales-provinciales. C'est en fait tout un défi. Il s'y passe beaucoup de choses pour une région de notre importance. L'île ne compte qu'environ 138 000 habitants.

Je ne pense pas avoir répondu pleinement à votre question. Nous diffusons les actualités du jour. Nous nous efforçons de couvrir ce que nous jugeons vital et important. Notre page

Our newspapers are filled with mundane things such as public service announcements. We err on the side of local.

Senator Eyton: You mentioned that you had two reporters that cover the provincial legislature. How many other reporters do you have on staff?

Mr. MacDougall: In my newsroom, we have 26 staff in the editorial department. I think that is a fair number. I am an editorial guy, so what I could do with two more reporters. However, being fair to the owners and my publishers, I think I have the horses to do the job. It is making sure that we, as an editorial department, do our job properly.

Senator Eyton: Switching a little, we were talking about provincial coverage. Can you comment on the way in which you reach out to youth or let us say to different elements within PEI itself? I have a sense, and you can correct me if I am wrong, that PEI is less diverse in its makeup than other provinces in this great country. Can you try to describe for me how your paper is trying to address youth or minority groups within the province?

Mr. MacDougall: Starting at the other end of the age spectrum, I think we publish the best seniors' newspaper supplement in Canada. We have an editorial board made up of seniors, and they control it, edit it, write it and everything else. Then we publish and distribute it.

Going to the other end of the age spectrum, youth, we try to do a lot of stories on youth-type events. I know I am not being terribly specific here. We have a youth columnist. We cover a lot of events in schools. We try to keep our ears open to the concerns of youth, both the positive and negative ones.

Minorities, we were recently involved in an incident involving a minority, although nobody really wanted to say the word. The operators of a little restaurant called the Noodle House, which ...

Senator Eyton: We heard about that in Toronto.

Mr. MacDougall: Yes. You notice on that *As it Happens* interview that the race word was never mentioned. It was just this straight discussion about — I do not even know if there is a race issue. It is an incident involving this restaurant, which unfortunately seems to be the one that two or three students from two or three schools pass by on their lunch. They were hassling these owners. Anyway, there was a tremendous outpouring of response once it got in the media that this was happening. Everybody was shocked, because we care greatly what people in other parts of Canada think about us. The mayor, the police chief and the school boards went to visit this place.

opinions compte une section courrier du lecteur très dynamique. Nos journaux sont remplis de choses banales comme les annonces d'intérêt public. Nous pêchons par excès du côté du local.

Le sénateur Eyton : Vous avez dit avoir deux journalistes qui couvrent l'assemblée législative provinciale. Combien d'autres journalistes figurent parmi votre effectif?

M. MacDougall : Dans ma salle de presse, nous avons au département de la rédaction un personnel de 26. C'est un assez bon nombre. Je suis un spécialiste des éditoriaux, et je pense donc que ce serait bien d'avoir deux journalistes de plus. Cependant, pour être juste envers les propriétaires et mes éditeurs, je pense que j'ai assez de chevaux pour faire le boulot. Il s'agit de veiller à ce qu'en tant que service rédactionnel nous fassions bien notre travail.

Le sénateur Eyton : Pour changer un peu de sujet, nous parlions de la couverture provinciale. Pourriez-vous nous entretenir de la façon dont vous cherchez à joindre les jeunes ou, mettons, différents éléments de la population de l'Île-du-Prince-Édouard même? J'ai l'impression, et vous me corrigerez si j'ai tort, que la population de l'Île-du-Prince-Édouard est moins diversifiée que celle d'autres provinces dans ce merveilleux pays. Pourriez-vous m'expliquer un peu comment votre journal s'y prend pour rejoindre les jeunes et les groupes minoritaires de la province?

M. MacDougall : Pour commencer à l'autre bout du spectre des âges, je pense que nous publions le meilleur supplément pour personnes âgées de tout le pays. Nous avons un comité de rédaction composé de personnes du troisième âge et ce sont eux qui contrôlent, corrigent, écrivent et tout le reste. C'est ensuite à nous qu'il revient d'en assurer la publication et la distribution.

À l'autre bout du spectre, où l'on retrouve les jeunes, nous nous efforçons de publier beaucoup d'articles sur les événements intéressant les jeunes. Je sais que ce que je vous dis là n'est pas très précis. Nous avons un chroniqueur jeunesse. Nous couvrons beaucoup d'événements en milieu scolaire. Nous nous efforçons d'avoir l'œil ouvert sur tous les dossiers, tant positifs que négatifs, qui intéressent les jeunes.

Quant aux minorités, nous nous sommes récemment intéressés à un incident mettant en cause une minorité, bien que personne n'ait voulu prononcer ce mot. Les exploitants d'un petit restaurant appelé Noodle House, qui...

Le sénateur Eyton : Nous en avons entendu parler à Toronto.

M. MacDougall : Oui. Vous aurez remarqué que dans l'entrevue diffusée dans le cadre de *As it Happens* le mot race n'a jamais été mentionné. C'était une simple discussion au sujet — je ne sais même pas s'il y avait une question raciale. Il y a eu un incident mettant en cause ce restaurant, devant lequel défilent, semble-t-il, pendant leur déjeuner, deux ou trois élèves de deux ou trois écoles. Ils embêtaient les propriétaires. Il y a de toute façon eu toute une avalanche de réactions lorsque les médias ont parlé de ce qui s'y passait. Tout le monde a été choqué, car cela nous préoccupe beaucoup ce que les gens d'ailleurs au pays pensent de nous. Le maire, le chef de police et les commissions scolaires sont allés visiter cet endroit.

I am getting a little off your question, which was what we do specifically for minorities. We regularly do features on minorities. We have a PEI Association for Newcomers to Canada. We have a couple of aboriginal communities. We do the traditional stuff; you will see the Chinese New Year in a lot of newspapers, and that kind of stuff. We always have our ears open when anybody of a minority comes knocking on our door, that is for sure. Having said that, I will be frank, our newsroom is pretty white.

Senator Eyton: Thank you for your candour.

Senator Trenholme Counsell: I have a bit of a preamble, Madam Chair.

I am delighted to see that this is probably the largest turnout we have had in the country in terms of people interested in these hearings. Maybe comments of others should be noted. I think it is, but I have not been at every single hearing. Maybe they had as many out in Vancouver.

In Vancouver, Mr. MacDougall, we were told that they had no regular reporter in the legislature. The fact that you have two is truly remarkable, and that was one of the biggest criticisms that came to our attention.

Were you with the paper during the mid-nineties?

Mr. MacDougall: I was there when the bomb went off. I have been there forever. They built the building around me.

Senator Trenholme Counsell: You have been there forever, so now I can ask you this question. This is historical, but I would love to hear you speak a little bit about how your paper covered the great debate of the 1990s, the bridge. I was involved on this side of the bridge, my home being in Tantramar. That must have been one of the great opportunities, as a newspaper and as journalists, to get involved in something exciting and controversial.

Mr. MacDougall: It was indeed. It has been a hot button issue for over a hundred years. I found a newspaper headline once from the early 1900s where they were about to build a causeway. They were about the build a causeway a lot of times of course.

How did we cover it? It was a great issue. The beauty of it was it was a passionate issue. Anytime you have a passionate issue, people are passionate about it, and there were many public meetings. There were many strong letters on both sides of the argument. Editorially we were in favour of building the bridge, mainly for economic reasons. It was a position I had a little bit of a problem with, but, ultimately if I would have had to say yes or no, I would have said yes, build the bridge. I always suspected Joe Ghiz, our premier at the time, who a lot of people credited with championing the bridge, voted, "no," and he did vote "no." The

Je m'écarte quelque peu de votre question, qui portait précisément sur ce que nous faisons pour les minorités. Nous faisons régulièrement des reportages ciblés sur les minorités. Nous avons une PEI Association for Newcomers to Canada. Nous comptons quelques communautés autochtones. Nous faisons toute la couverture traditionnelle; vous verrez le nouvel an chinois couvert dans de nombreux quotidiens et ainsi de suite. Ce qui est certain, c'est que notre oreille est toujours tendue dès qu'un membre d'une minorité vient frapper à notre porte. Cela étant dit, pour être franc avec vous, notre salle des nouvelles est principalement blanche.

Le sénateur Eyton : Merci de votre candeur.

Le sénateur Trenholme Counsell : Madame la présidente, j'aurais un petit préambule à vous livrer.

Je suis ravie de constater que cette foule est sans doute la plus importante que nous ayons attirée au pays dans le cadre des audiences que nous avons tenues. Peut-être qu'il faudrait voir ce qu'en pensent d'autres. Je pense que c'est la plus grosse foule, mais je n'ai pas été présente à chacune des audiences du comité. Peut-être qu'il y a eu autant de monde à Vancouver.

À Vancouver, monsieur MacDougall, on nous a dit qu'il n'y avait aucun journaliste régulier affecté à l'assemblée législative. Le fait que vous en ayez deux est tout à fait remarquable, et c'est justement là l'une des plus grosses critiques qui nous aient été soumises.

Étiez-vous au journal au milieu des années 90?

M. MacDougall : J'étais là lorsque la bombe a explosé. Je suis là depuis toujours. Ils ont érigé l'immeuble autour de moi.

Le sénateur Trenholme Counsell : Vous êtes là depuis toujours, alors je sais maintenant que je peux vous poser cette question. Ceci est historique, mais j'aimerais beaucoup que vous me parliez de la couverture par votre journal du grand débat des années 90, soit le pont. Je m'y suis intéressée, de ce côté-ci du pont, mon coin de pays étant Tantramar. Cela a dû être l'une des plus belles occasions pour un quotidien et pour un journaliste de s'intéresser à un dossier aussi excitant et controversé.

M. MacDougall : En effet. C'est un dossier chaud depuis plus de 100 ans. Je suis un jour tombé sur une coupure de presse du début des années 1900 où il était question de construire un pont-jetée. L'on a bien sûr de nombreuses fois été sur le point de construire un pont-jetée.

Comment avons-nous couvert cela? C'était un gros dossier. Sa beauté fut que cela a soulevé les passions. Dès qu'une question soulève des passions, les gens s'enflamment, et il y a eu quantité de réunions publiques. Des lettres très éloquentes ont été écrites par les deux camps. Le comité rédactionnel était en faveur de la construction du pont, principalement pour des raisons économiques. C'était une position qui me posait un problème mais au bout du compte, s'il m'avait fallu dire oui ou non, j'aurais dit oui, construisez le pont. J'avais toujours soupçonné Joe Ghiz, notre premier ministre de l'époque, dont beaucoup de gens

great Canadian champion, Brian Mulroney, you cannot say his name without ducking, because somebody throws something at you, right?

Senator Eyton: He is looking good these days.

Mr. MacDougall: That is right. That is not necessarily an editorial comment but you say "Conrad Black" or "Brian Mulroney," then you duck because you know something is coming your way.

We covered it. I am rambling here a little bit. It was a very passionate issue. It was in many newspaper headings. We were accused a little bit by the anti-bridge side of not being fair to them. I think we ran countless stories on both sides of the issue. At the end of the day, we spoke editorially in favour of it, but we did not say you were an idiot if you did not vote for it. It was a great issue.

Senator Trenholme Counsell: I would like to ask you about another source of competition on the Island. Obviously here in Moncton, in New Brunswick, the name Irving comes up quite often, sometimes with respect and sometimes with disrespect. You have had a very interesting example in terms of the Atlantic economy of a competition; you might almost call it the potato war. Driving in my car yesterday, I heard a debate, a story, that some people were upset that a second potato processing plant was not going to be built on the Island. I know you have a lot of other aspects of your industry that are controlled by these two great New Brunswick families, the McCains and the Irvings but does the fact that an increasing amount of the PEI economy is influenced by the Irving family have an impact on your paper?

Mr. MacDougall: The short answer is no. I think the Irving family has kicked the tires of *The Guardian* a couple of times. In fact, I know they have. The answer is no, it does not.

In fact, we have to chase the Irvings to get them to comment on issues. A lot of times we would like to have more dialogue with the Irvings. They have a good public relations lady there now, who tends to comment on a lot of the issues that come up.

They have a large processing plant, as you mentioned. The McCains also have one. We are fortunate that we have both big New Brunswick families there.

However, that was a hot issue. The speculation on the Island is, did they decide not to build the second processing plant because the corporate tax went up, or was that decision already made? We cynics seem to think that maybe they got wind that the corporate tax was about to go up, and then decided not to build a second plant, but who knows? The short answer is no. The Irvings are not

croyaient qu'il avait été le champion du pont, d'avoir voté « non », et il avait bel et bien voté « non ». Le grand champion canadien, Brian Mulroney, vous ne pouvez pas prononcer son nom sans essayer de vous cacher, car quelqu'un veut toujours vous jeter quelque chose à la figure, n'est-ce pas?

Le sénateur Eyton : Il a l'air bien ces jours-ci.

M. MacDougall : C'est exact. Ce n'est pas forcément un commentaire rédactionnel, mais lorsque vous prononcez les noms « Conrad Black » ou « Brian Mulroney », vous avez tendance à baisser la tête parce que vous savez qu'on va vous lancer quelque chose.

Nous avons couvert l'affaire. Je m'épanche un petit peu ici. Cette question avait soulevé beaucoup de passions. Cela a fait la une de nombreux journaux. Le camp anti-pont nous avait un petit peu accusés de ne pas avoir été justes envers lui. Il me semble que nous avons publié quantité d'articles pour les deux camps. En bout de ligne, nos éditoriaux étaient en faveur, mais nous n'avons jamais dit que les gens qui ne votaient pas pour étaient des idiots. Ce fut un dossier formidable.

Le sénateur Trenholme Counsell : J'aimerais vous interroger au sujet d'une autre source de concurrence dans l'île. Il est clair qu'ici à Moncton, au Nouveau-Brunswick, le nom Irving survient souvent, parfois avec respect, et parfois pas. Vous avez eu un exemple très intéressant de concurrence dans l'économie de l'Atlantique; l'on pourrait presque parler de la guerre de la pomme de terre. Hier, au volant de ma voiture, j'ai entendu un débat, une histoire, selon laquelle des gens étaient fâchés du fait que l'on n'allait pas construire dans l'île une deuxième usine de transformation de la pomme de terre. Je sais que beaucoup d'autres aspects de votre industrie sont contrôlés par les deux grandes familles néo-brunswickoises que l'on sait, les McCains et les Irving, mais le fait qu'une part croissante de l'économie de l'Île-du-Prince-Édouard soit influencée par la famille Irving a-t-il une influence sur votre journal?

M. MacDougall : La réponse courte est que non. Je pense que la famille Irving a quelques fois demandé des comptes au *Guardian*. En fait, je sais que c'est le cas. La réponse est que non, cela n'a pas d'influence.

En fait, il nous faut pourchasser les Irving pour obtenir qu'ils se prononcent sur ce qui se passe. Bien des fois, nous aimerions avoir davantage de dialogue avec les Irving. Ils ont maintenant une bonne spécialiste des relations publiques qui a tendance à se prononcer sur nombre des dossiers qui surviennent.

Comme vous l'avez mentionné, la famille possède une grosse usine de transformation. Les McCains aussi. Nous sommes heureux d'avoir ici les deux grandes familles néo-brunswickoises.

C'était néanmoins là un dossier chaud. Dans l'île, les gens se sont demandés si la famille a construit la deuxième usine de transformation parce que l'impôt sur les sociétés a augmenté ou bien si la décision avait déjà été prise. Nous autres cyniques semblons penser qu'ils ont peut-être eu vent du fait que l'impôt sur les sociétés était sur le point d'augmenter et c'est alors qu'ils

as big a player as they are here, but they are definitely a major business power on Prince Edward Island.

Senator Trenholme Counsell: Are they going to take over the newspaper?

Mr. MacDougall: They have kicked the tires but no. We operated for so many years as part of the Thomson empire. They took over *The Guardian* in the early to mid-fifties and owned us up until, I think, the early 1990s. Then, all of a sudden, the floodgates opened and in came Hollinger, Southam, CanWest Global, and now Transcontinental Media, who really came out of nowhere and have become a major player in Atlantic Canada. They say they are happy with us and their newspapers on the east coast, and I do not sense that we are about to be sold, but I am not generally asked.

Senator Munson: Mr. MacDougall, I am really glad you showed up today, because we were in Halifax yesterday, and we had invited *The Daily News* from Halifax. They are owned by Transcontinental, and their big boss, Mr. André Préfontaine, spoke to us last October from the corporate side, but we were looking for the competitive angle, sort of speak, between the family-owned newspaper and the company-owned newspaper. Transcontinental chose not to talk to us.

Mr. MacDougall: Uh oh, am I supposed to be here?

Senator Munson: I thought they lacked courage, and you have courage, because we are a pretty friendly bunch. I was in the media for 35 years but I am still a pretty friendly New Brunswicker. You said the Irvings kicked the tires. What is your overall view on monopolies? We have heard rather tough words about the Irvings owning practically everything in New Brunswick. What is your view?

Mr. MacDougall: As I mentioned in my rambling little address to you, only a fool would be in favour of somebody owning everything.

I must admit when Mr. Black was really moving upward, buying newspapers all across the county, it certainly raises your eyebrows. I do not think it is healthy that anybody, any person or organization, should own everything.

It has been my experience that competitiveness between the corporations tends to ebb and flow. My example of Mr. Black was one where there was gloom and doom. If there would have been some kind of a government watchdog or something, there would have been hearings. Hell, somebody would have put their hand up to say, "You cannot let that man own that." However, there was not. I think the tide has gone out a little bit. The tide has obviously gone out a lot on Mr. Black. Now, corporate ownership is healthy.

ont décidé de construire une deuxième usine, mais qui sait? La réponse courte est que non. Les Irving ne sont pas à l'île-du-Prince-Édouard un aussi gros joueur qu'ils le sont ici, mais ils y sont définitivement un gros joueur.

Le sénateur Trenholme Counsell : Vont-ils prendre le contrôle du journal?

M. MacDougall : Ils sont venus faire un tour, mais non. Nous avons pendant de si nombreuses années œuvré à l'intérieur de l'empire Thomson. Ils ont repris *The Guardian* au début des années 50 et nous avons été leur propriété jusqu'au début des années 90, il me semble. Puis, tout d'un coup, l'on a ouvert les vannes et sont arrivés Hollinger, Southam, CanWest Global, et maintenant Transcontinental Media, qui est en vérité sorti de nulle part et qui est devenu un gros joueur dans la région de l'Atlantique. Ils disent qu'ils sont heureux avec nous et avec leurs journaux de la côte Est, et je n'ai pas l'impression que nous sommes sur le point d'être vendus, mais on ne me demande en général pas mon avis.

Le sénateur Munson : Monsieur MacDougall, je suis vraiment très heureux que vous vous soyez présenté ici aujourd'hui, car nous étions hier à Halifax et nous avons visité *The Daily News* de Halifax. Ce journal appartient à Transcontinental, et son grand patron, M. André Préfontaine, nous a entretenu en octobre dernier du point de vue de la société, mais nous nous intéressons davantage à l'angle concurrentiel, si vous voulez, entre le quotidien familial et le quotidien d'entreprise. Transcontinental a choisi de ne pas s'entretenir avec nous.

M. MacDougall : Oh là là, suis-je censé être ici?

Le sénateur Munson : J'avais pensé qu'ils manquaient de courage, et vous vous en avez, mais nous sommes un groupe plutôt gentil. J'ai travaillé pendant 35 ans dans les médias mais je suis toujours un Néo-Brunswickois plutôt gentil. Vous avez dit que les Irving étaient venus faire un tour. Quelle est votre vision d'ensemble des monopoles? Nous avons entendu des propos plutôt durs à l'égard des Irving à qui l'on reproche de posséder presque tout au Nouveau-Brunswick. Qu'en pensez-vous?

M. MacDougall : Comme je l'ai mentionné dans mon long discours, seul un idiot serait favorable à l'idée qu'une seule personne possède tout.

Il me faut reconnaître que lorsque M. Black avançait vraiment, en achetant des journaux un peu partout au pays, cela a fait sourciller certains. Je ne pense pas qu'il soit sain qu'une seule personne ou qu'un seul organisme possède tout.

Selon mon expérience, la compétitivité entre entreprises a tendance à aller et venir. Mon exemple de M. Black avait pour objet d'illustrer le fait qu'il y a des hauts et des bas. S'il y avait eu un chien de garde gouvernemental ou autre chose du genre, il y aurait eu des audiences. Quelqu'un aurait bien fini par lever la main pour dire, « Vous ne pouvez pas laisser cet homme posséder cela ». Mais il n'y a rien eu de tel. Je pense que la marée est quelque peu descendue. La marée a dans une certaine mesure laissé M. Black sur la grève. Aujourd'hui, la propriété collective se porte fort bien.

We have good owners on Prince Edward Island. I cannot speak personally for the Irving papers, but they look like pretty good papers to me, what I see of them. Fundamentally, and I am a little prejudiced in the sense that I have had only corporate owners, but in all my years in the business there has been no direct corporate interference in the editorial positions of the newspapers. There was one little bit there when we were owned by CanWest maybe where there was a bit of a chill on the Israel issue but having said that, of course, there are different ways to exert editorial influence. You can exert it by not providing a newspaper with adequate resources to do its job. That is not the case with our owners, Transcontinental.

I do not know what the other answer would be. Am I in favour of corporate ownership? I do not see any problem with it. Should one person or organization own everything in Canada? No, but the industry does a pretty good job of just buying and selling, and spreading the wealth around.

Senator Munson: We are running out of time, but I have one question. I never worked for Mr. Black, but there are reporters in Upper Canada that would tell you that when he owned a newspaper, whether you liked him or not, he was a newspaper person, and that *The National Post* was a much better paper when he first owned it. He put a lot of money into journalism.

I am really glad to hear what you said about Canadian Press, CP. It is part of our study. As you know, there were forces at work that were trying to eliminate CP, or have an alternative national network. You talked about it being vital. Do you think CP is important for small-town newspapers across the country?

Mr. MacDougall: It is very important to us. We err on the side of local, and that is our breadbasket. If I send a reporter to Moncton, that would be a big trip.

Senator Trenholme Counsell: Not to shop at the Champlain Mall?

Mr. MacDougall: Islanders are drawn to the Champlain Mall but Canadian Press, then, is our window. Canadian Press and its allegiances with Associated Press are our window on the rest of Canada and the world. We also have an arrangement with CanWest where we use some of their content. Canadian Press is very important.

To my mind there are two kinds of newspaper owners or publishers. There are the old newspaper barons where they own the paper, they have something to say, and they are going to say it. It is going to be lively, and it is going to reflect their views. Then there is the more traditional one, where the owners back off when it comes to editorial control and deal with newspaper from a business point of view.

CP is very important to this country.

The Chairman: You said you had a newsroom of 26. That includes the editorial page staff? That is everybody?

Nous avons à l'Île-du-Prince-Édouard de bons propriétaires. Je ne peux pas parler personnellement des journaux Irving, mais d'après ce que je vois, ce sont d'assez bons journaux. Pour l'essentiel, et j'ai un léger parti pris du fait que je n'aie jamais eu que des sociétés comme propriétaires, pendant toutes mes années dans ce secteur il n'y a jamais eu d'ingérence directe des entreprises propriétaires dans les positions rédactionnelles des quotidiens. Il y a peut-être eu un petit frisson lors des événements en Israël lorsque nous appartenions à CanWest, mais cela étant dit, il existe, bien sûr, différentes façons d'exercer son influence rédactionnelle. Vous pouvez l'exercer en n'assurant pas au journal les ressources dont il a besoin pour faire son travail. Ce n'est pas le cas avec nos propriétaires, la Transcontinental.

J'ignore quelle serait l'autre réponse. Suis-je en faveur de la propriété collective? Je n'y vois aucun problème. Une personne ou une organisation devrait-elle posséder tout au Canada? Non, mais l'industrie fait un assez bon travail sur le plan achat et vente et répartit plutôt bien la richesse.

Le sénateur Munson : Nous allons manquer de temps, mais j'ai une question. Je n'ai jamais travaillé pour M. Black, mais il y a des journalistes du haut Canada qui vous diraient que lorsqu'il était propriétaire d'un journal, que vous l'aimiez ou non, c'était un homme de journal et que *The National Post* était un bien meilleur journal lorsqu'il en a été le propriétaire au départ. Il a investi beaucoup d'argent dans le journalisme.

Ce que vous avez dit au sujet de la presse canadienne, de la PC, m'a fait très plaisir. Cela fait partie de notre étude. Comme vous le savez, il y avait des forces à l'œuvre qui tentaient de miner la PC, ou d'instaurer un réseau national de rechange. Vous avez dit que c'est quelque chose de vital. Pensez-vous que la PC soit importante pour les journaux de petites villes de tout le pays?

M. MacDougall : C'est très important pour nous. Nous péchons par excès du côté du local, et c'est là notre gagne-pain. Si j'envoie un journaliste à Moncton, c'est un gros voyage.

Le sénateur Trenholme Counsell : Pas pour aller magasiner au centre commercial Champlain Mall?

M. MacDougall : Les Prince-Édouardiens sont attirés par le Champlain Mall mais la Presse canadienne est alors notre fenêtre. La Presse canadienne et son allégeance avec l'Associated Press sont donc notre fenêtre sur le reste du Canada et le monde. Nous avons avec CanWest un arrangement en vertu duquel nous utilisons une partie de son contenu. La Presse canadienne est très importante.

Il existe à mon sens deux types de propriétaires ou d'éditeurs de journaux. Il y a les vieux barons de la presse qui possèdent leur propre journal, qui ont quelque chose à dire et qui vont le dire. Cela va être vivant et va refléter leurs opinions. Puis il y a la presse plus traditionnelle, les propriétaires s'éclipsant s'agissant du contenu rédactionnel et traitant des journaux du point de vue des affaires.

La PC est très importante pour ce pays.

La présidente : Vous avez dit avoir à la salle de presse un personnel de 26. Cela inclut-il l'équipe de la page des éditoriaux? Cela englobe-t-il tout le monde?

Mr. MacDougall: That is everybody, yes.

The Chairman: You have been through all these owners. You went through four owners in six years.

Mr. MacDougall: I think it was four. I would have to put them down here.

The Chairman: Yes, or five, depending on whether you were bought by Southam before or after Lord Black took control.

Mr. MacDougall: One or two of the ownership shifts were seamless.

The Chairman: Anyway, you have been through a lot.

Mr. MacDougall: A lot.

The Chairman: I am trying to figure out whether there has been an impact on newsroom staff. You said Lord Black put in capital investment. Was that a new press?

Mr. MacDougall: He renovated our building mainly.

The Chairman: Okay.

Mr. MacDougall: A major renovation of our building.

The Chairman: What about people and headcount?

Mr. MacDougall: Let me just think before I speak. I do not think there has been much change at all. We might be down a body since all this stuff started.

The Chairman: You have not had to live with the burden of slashing headcount?

Mr. MacDougall: Nobody has said, "We are now the new owners. You should have 'x' number of people." There has been a little bit of an ebb and flow, which I think is natural.

The Chairman: Sure.

Mr. MacDougall: There has been nothing dramatic in the sense of numbers. It is pretty much the same. I think we may be down one or two.

The Chairman: Is your newsroom unionized?

Mr. MacDougall: No.

The Chairman: What is your circulation?

Mr. MacDougall: Our circulation is around 23,000.

The Chairman: Do you publish seven days?

Mr. MacDougall: We publish Monday to Saturday.

The Chairman: That is the six-day average?

Mr. MacDougall: Yes.

The Chairman: You say 23,000?

Mr. MacDougall: Around 23,000. It is over that on Saturdays, which is a bigger paper.

The Chairman: It is lower than that on Mondays?

Mr. MacDougall: Yes.

M. MacDougall : Oui, cela englobe tout le monde.

La présidente : Vous avez vu défiler tous ces propriétaires. Vous en avez vu passer quatre en six ans.

M. MacDougall : Je crois que c'était quatre. Il faudrait que je fasse le calcul.

La présidente : Oui, ou cinq, selon si vous avez été racheté par Southam avant ou après que Lord Black prenne le contrôle.

M. MacDougall : Un ou deux des changements de propriétaire étaient imperceptibles.

La présidente : Quoi qu'il en soit, vous en avez vu beaucoup.

M. MacDougall : Beaucoup.

La présidente : Je me demande dans quelle mesure cela a eu des effets sur le personnel de la rédaction. Vous avez dit que Lord Black a investi. Était-ce dans une nouvelle presse?

M. MacDougall : Il a renové notre bâtiment, principalement.

La présidente : D'accord.

M. MacDougall : Une rénovation poussée de notre bâtiment.

La présidente : Et qu'en a-t-il été des effectifs?

M. MacDougall : Permettez que je réfléchisse avant de répondre. Je ne pense pas qu'il y ait eu beaucoup de changements. Nous avons peut-être une personne de moins depuis que tout cela a démarré.

La présidente : Vous n'avez pas eu à effectuer des compressions d'effectifs?

M. MacDougall : Personne ne m'a dit : « Nous sommes les nouveaux propriétaires, vous ne devriez pas avoir plus de « x » personnes ». Il y a eu un peu de va-et-vient, ce qui est naturel.

La présidente : Certainement.

M. MacDougall : Il n'y a rien eu de spectaculaire au niveau des objectifs. Ils sont à peu près inchangés. Nous avons peut-être un ou deux employés de moins.

La présidente : Est-ce que votre rédaction est syndiquée?

M. MacDougall : Non.

La présidente : Quel est votre tirage?

M. MacDougall : Environ 23 000.

La présidente : Publiez-vous sept jours par semaine?

M. MacDougall : Nous publions du lundi au samedi.

La présidente : Et c'est votre moyenne sur six jours?

M. MacDougall : Oui.

La présidente : Avez-vous dit 23 000?

M. MacDougall : Environ 23 000. C'est plus les samedis, qui est un journal plus gros.

La présidente : Est-ce inférieur les lundis?

M. MacDougall : Oui.

The Chairman: I think my colleagues have covered all the other things I was really interested in, so I am going to thank you very much for making the trek. You may not send reporters but you came yourself, which is better.

Mr. MacDougall: I thank you. We will have to get the Senate to try to make the bridge toll free.

The Chairman: How much is it?

Mr. MacDougall: Apparently, I am allowed back free.

The Chairman: Great.

Senator Munson: If you want more golfers it has to be free.

Mr. MacDougall: That is right. The toll I think is around \$39.

The Chairman: That is a lot of money.

Mr. MacDougall: It is. That is two ways.

The Chairman: I understand but still, that is a lot of money.

Senator Trenholme Counsell: How much was the boat?

Mr. MacDougall: You have to divide it in half but the boat would be that high if it still existed.

Senator Eyton: Has real estate appreciated on the other side?

Mr. MacDougall: Yes, it has changed. The bridge has changed a lot of things, such as tourism and demographics.

The Chairman: Senators, our next witness is Mr. Philip Lee, Director of Journalism at St. Thomas University.

Welcome. The floor is yours.

Mr. Philip Lee, Director of Journalism, St. Thomas University, as an individual: Madam Chairman, I am happy to have been offered an opportunity to appear at the hearings today. I appear here as a New Brunswick journalist and as a teacher of aspiring journalists at St. Thomas University. I will direct most of my remarks to issues surrounding the media in New Brunswick and Atlantic Canada.

First, I will offer you the abridged story of my journey through the Canadian media industry so you can put my comments in some context.

I fell into journalism by accident after I graduated from Dalhousie University with a master's degree in classics, and realized I had few marketable skills other than an ability to write. There is not a great commercial demand for translating ancient Greek.

I landed a job at a community newspaper in Grand Falls, Newfoundland, called *The Grand Falls Advertiser*, and I learned to tell stories there and found a professional home. I moved from Grand Falls to a weekly in St. John's called the *Sunday Express*, which was edited by an investigative reporter named Michael Harris.

La présidente : Je crois que mes collègues ont couvert toutes les autres choses qui m'intéressaient réellement, et je vais donc vous remercier d'avoir fait le voyage. Vous ne pouvez envoyer de journalistes, mais vous venez vous-même, ce qui est mieux.

M. MacDougall : Merci. Nous allons devoir demander au Sénat de supprimer le péage sur le pont.

La présidente : Combien est-ce?

M. MacDougall : Apparemment, on me permet de rentrer gratuitement.

La présidente : Excellent.

Le sénateur Munson : Si vous voulez plus de golfeurs, il faut que ce soit gratuit.

M. MacDougall : C'est juste. Je crois que le péage est de 39 \$.

La présidente : C'est beaucoup d'argent.

M. MacDougall : C'est vrai. Mais c'est aller-retour.

La présidente : Certes, mais c'est toujours beaucoup d'argent.

Le sénateur Trenholme Counsell : Combien coûtait le traversier?

M. MacDougall : Il faut diviser par deux, mais le traversier serait au moins aussi cher s'il existait toujours.

Le sénateur Eyton : Est-ce que les prix de l'immobilier ont augmenté de l'autre côté?

M. MacDougall : Oui, cela a changé. Le pont a changé beaucoup de choses, telles que le tourisme et la démographie.

La présidente : Sénateurs, notre prochain témoin est M. Philip Lee, directeur du journalisme à l'Université St. Thomas.

Soyez le bienvenu. Vous avez la parole.

M. Philip Lee, directeur du journalisme, Université St. Thomas, à titre personnel : Je suis heureux de cette invitation à comparaître aujourd'hui, madame la présidente. Je suis là en tant que journaliste néo-brunswickois et formateur de journalistes aspirants à l'Université St. Thomas. Mes propos seront centrés sur la problématique des médias au Nouveau-Brunswick et dans la région atlantique.

Premièrement, je vais vous faire le récit abrégé de mon périple à travers la presse canadienne, afin que vous puissiez inscrire mes propos dans leur contexte.

Je suis tombé dans le journalisme par accident après être sorti de l'Université Dalhousie avec une maîtrise en lettres classiques, lorsque je me suis rendu compte que j'avais peu de compétences vendables autres que la capacité d'écrire. Il n'y a pas grande demande sur le marché pour des traductions à partir du grec ancien.

J'ai décroché un emploi dans un journal local de Grand Falls, à Terre-Neuve, du nom de *The Grand Falls Advertiser*, et j'ai appris là à raconter des histoires et j'y ai trouvé une patrie professionnelle. Je suis passé de Grand Falls à un hebdomadaire de St. John's appelé *Sunday Express*, qui était publié par un journaliste d'investigation nommé Michael Harris.

It was there that I learned how the free press can change the course of events in a community, and beyond the community, where you are working. This is when we started writing stories about the sexual abuse of children at an institution called Mount Cashel. Our work at the newspaper on that story helped prompt a public inquiry into the response of the Newfoundland governments to complaints about child abuse. That inquiry, in turn, helped to encourage changes in the Newfoundland justice system. Mount Cashel was closed. The building was demolished. The Christian Brothers went to prison and former residents of the orphanage were paid compensation. On a broader scale, our little newspaper contributed to greater national awareness surrounding issues of child abuse and institutional care.

Successive governments and the Roman Catholic Church had covered up the Mount Cashel story, always with the best of intentions, they said, and the public good in mind. The free press dragged that story out into the light of day, where we were finally able to begin the process of binding up and healing old wounds.

I left Newfoundland and returned to my home province of New Brunswick where I began working for the Irving-owned newspapers, the *Saint John Times Globe* and the *New Brunswick Telegraph Journal*. During the next decade I did every job at those papers except operate the printing press, and drive the delivery trucks. I was the city hall reporter during the reign of Elsie Wayne. There was never a dull moment, I can tell you that. I was a coffee-crazed, middle-of-the-night editor. I was the manager of newsroom staff for the city daily paper. I was the editor of the *Weekend Magazine* for a time. I was the Editorial Page Editor, Senior Writer, and Editor-In-Chief for a time at the *New Brunswick Telegraph Journal*. During the time I was there, I can say simply that the papers served the people of New Brunswick poorly, and they served the people of New Brunswick well, depending on what period of time we were in.

During my time at the *Telegraph Journal*, the newspaper was named The Best Media Organization in Canada by the Canadian Journalism Foundation. We flew to Ottawa and were received at Rideau Hall by Governor General Roméo LeBlanc. Our editor at the time, Neil Reynolds, remarked that he felt like the leader of a group of knights who had been called in from the countryside to receive the blessings of the king. That was certainly a high moment for us I can say.

In recent years I have been directing the new journalism program at St. Thomas University in Fredericton. St. Thomas is a small liberal arts university with an enrolment of about 2,800 students. We offer a program that allows students to graduate with a Bachelor of Arts with a major in journalism. We are trying to ensure that students study journalism within the context of a broad liberal arts education.

C'est là que j'ai appris comment la presse libre peut changer le cours des événements dans une collectivité et, au-delà de la collectivité, là où vous travaillez. C'était lorsque nous avons commencé à écrire des articles sur les sévices sexuels infligés aux enfants dans un établissement appelé Mount Cashel. Notre travail, dans ce journal, sur cette affaire a contribué au déclenchement d'une enquête publique sur la réponse donnée par les gouvernements de Terre-Neuve aux plaintes de maltraitance d'enfants. Cette enquête, à son tour, a contribué à des modifications du système judiciaire terre-neuvien. Mount Cashel a été fermé, le bâtiment démoli. Les Christian Brothers sont allés en prison et les ex-pensionnaires de l'orphelinat ont été indemnisés. À plus grande échelle, notre petit journal a contribué à une plus grande prise de conscience nationale du problème de la maltraitance et des soins institutionnels.

Les gouvernements successifs et l'église catholique avaient camouflé l'histoire de Mount Cashel, toujours avec les meilleures intentions du monde, disaient-ils, et dans l'intérêt public. La presse libre a réussi à jeter la lumière sur ce scandale de façon à ce que l'on puisse enfin commencer à panser et guérir les plaies anciennes.

J'ai quitté Terre-Neuve et suis rentré dans ma province natale du Nouveau-Brunswick où j'ai commencé à travailler pour les journaux de la famille Irving, le *Saint John Times Globe* et le *New Brunswick Telegraph Journal*. Au cours des dix années suivantes, j'ai occupé à peu près tous les emplois dans ces journaux, sauf celui d'opérateur de la presse et de chauffeur des camionnettes de livraison. J'étais le journaliste affecté à l'hôtel de ville pendant le règne d'Elsie Wayne. Je peux vous le dire, on ne s'ennuyait pas une seconde. Je rédigeais mes papiers la nuit, à coups de café. J'étais le gestionnaire du personnel journalistique du quotidien de la ville. J'ai été pendant un temps le rédacteur en chef du *Weekend Magazine*. J'ai été chef éditorialiste, rédacteur principal et rédacteur en chef pendant un temps au *New Brunswick Telegraph Journal*. Pendant tout le temps que j'ai passé là, je peux dire simplement que ces journaux servaient mal la population du Nouveau-Brunswick ou, par alternance, la servaient bien, selon les moments.

Pendant mon époque au *Telegraph Journal*, le journal a été proclamé Meilleure organisation médiatique du Canada par la Fondation pour le journalisme canadien. Nous avons pris l'avion pour Ottawa où le prix nous a été décerné à Rideau Hall par le gouverneur général Roméo LeBlanc. Notre rédacteur en chef à l'époque, Neil Reynolds, a déclaré qu'il se sentait comme le chef d'une troupe de chevaliers que l'on a fait venir de la campagne pour recevoir la bénédiction du roi. C'était certainement un moment de gloire pour nous, je peux le dire.

Ces dernières années je dirige le nouveau programme de journalisme à l'Université St. Thomas de Fredericton. St. Thomas est une petite université d'arts libéraux comptant environ 2 800 étudiants. Nous offrons un programme qui décerne aux étudiants un baccalauréat ès arts avec spécialisation en journalisme. Nous cherchons à faire en sorte que les étudiants étudient le journalisme dans le contexte d'études de lettres générales.

I have a few remarks to make about our program. We have an endowment fund in the name of Dalton Camp, the great writer and political commentator from New Brunswick. This endowment allows us to enhance our program in a number of ways including an annual fall lecture, the Dalton K. Camp Lecture in Journalism, which is broadcast on CBC Radio's *Ideas*, and contributes to a national discussion about journalism in Canada. Our first three lecturers were June Callwood, Joe Schlesinger, and Naomi Klein. Last fall, about 800 students and citizens in Fredericton packed into the St. Thomas Chapel to hear Naomi Klein speak of her recent reporting in Iraq and her role as an activist and a journalist. I think that shows the level of interest in journalism.

We also have a partnership with the CBC. We rent space in the CBC Broadcast Centre in Fredericton and hold classes there to allow students to study in the atmosphere of a working professional newsroom. Students also have the opportunity to work in the CBC television and radio newsrooms.

Most recently we have been working with the Irving newspaper group to create internship opportunities for students this summer. About 10 of our students have summer jobs at New Brunswick newspapers.

The Irving family has also donated a million dollars to St. Thomas to create a chair in journalism which will allow us to bring a visiting journalist to campus each year to teach. The Université de Moncton received a similar gift, and we plan to work together with Moncton to make the most of these opportunities.

Our students are the future leaders of the Atlantic Canadian media industry and I think our work at St. Thomas is helping to ensure a better future for the media industry in New Brunswick.

That is the context. I will go briefly through some of my recommendations, and I will try to stay within my preamble time.

First, on the issue of government regulation and the press, I am a believer in the free press. I am firmly in the libertarian camp on this issue, that the press should be free from government interference and regulation. I am not going to lecture you on the historical and philosophical foundations of the free press, because I see from past submissions that you have had plenty of these types of lectures.

The only thing I will say is that for me it is not abstract and theoretical, but it is real and born in the world of experience. In my view there is no real middle ground on this issue. The press is either free, subject to the reasonable and responsible limitations of the law and the Charter, or we adopt the system where governments define and regulate a socially responsible press, which, when it reaches its logical conclusions results in a media

J'aimerais dire quelques mots sur notre programme. Nous avons un fonds de dotation au nom de Dalton Camp, le grand journaliste et commentateur politique originaire du Nouveau-Brunswick. Cette dotation nous permet d' étoffer notre programme de diverses façons, notamment par une conférence automnale annuelle, la Conférence de journalisme Dalton K. Camp, qui est diffusée dans l'émission *Ideas* de la radio de CBC et contribue à un débat national sur le journalisme au Canada. Nos trois premiers conférenciers ont été June Callwood, Joe Schlesinger et Naomi Klein. L'automne dernier, environ 800 étudiants et citoyens de Fredericton se sont entassés dans la chapelle St. Thomas pour écouter Naomi Klein parler de ses reportages récents en Iraq et de son rôle de militante et de journaliste. Je pense que cela témoigne du niveau d'intérêt pour le journalisme.

Nous avons également un partenariat avec CBC. Nous louons un local au Centre de radiotélédiffusion de la SRC à Fredericton et nous y tenons des cours pour permettre aux étudiants d'étudier dans l'atmosphère d'une rédaction professionnelle. Les étudiants ont aussi la possibilité de travailler dans les salles de presse de la télévision et de la radio de CBC.

Plus récemment, nous avons collaboré avec le groupe de presse Irving pour créer des possibilités de stage pour les étudiants cet été. Une dizaine de nos étudiants ont des emplois d'été dans des journaux du Nouveau-Brunswick.

La famille Irving a également fait don d'un million de dollars à St. Thomas afin de créer une chaire de journalisme qui nous permettra de faire venir chaque année un journaliste pour enseigner. L'Université de Moncton a reçu un don similaire et nous prévoyons de collaborer avec Moncton pour faire le meilleur usage de ces possibilités.

Nos étudiants sont les leaders futurs de l'industrie des médias du Canada atlantique et je pense que notre travail à St. Thomas contribue à assurer un meilleur avenir aux médias du Nouveau-Brunswick.

Voilà le contexte. Je vais passer en revue rapidement quelques recommandations et j'essaierai de ne pas dépasser le temps qui m'est imparti.

Premièrement, pour ce qui est de la réglementation gouvernementale de la presse, je crois en une presse libre. Je suis fermement dans le camp libertaire sur ce plan, considérant que la presse doit être exempte d'ingérence et réglementation gouvernementales. Je ne vais pas vous faire la leçon sur les fondements historiques et philosophiques de la presse libre, car j'ai vu dans les témoignages antérieurs que vous avez déjà entendu quantité de ces leçons.

La seule chose que je dirais, c'est que pour moi ce n'est pas une opinion abstraite et théorique, mais concrète et fondée sur l'expérience. À mon avis, il n'y a pas de moyen terme possible à cet égard. La presse est soit libre, sous réserve des limites raisonnables et responsables imposées par la loi et la Charte, ou alors nous adoptons le système où les pouvoirs publics définissent et réglementent une presse socialement responsable ce qui, mené

system that we see, for example, in China, which has a flourishing media industry, lots of newspapers, lots of readers of the media, but limited press freedom.

When I hear concern about media monopolies in Canada and New Brunswick, and the need for government intervention, I try to take a deep breath and a long view on these matters. First, I think the market tends to correct itself. I know that there is all kinds of talk about Conrad Black but when you see the fall of Conrad Black, maybe that is partly what happens there.

The future of all media businesses, especially in the multi-media world, lie in their ability to produce good products. Catherine Graham, the late great publisher of *The Washington Post* said simply that the way to ensure a profitable business was to produce a great newspaper and to practice good journalism. Here in New Brunswick, the Irving newspaper group will have to dedicate itself to producing solid products, which means works of good journalism, or it will have little business of value in the long term. A monopoly does not mean much if you have few readers, and the next generation of newspaper customers are fickle and technically savvy, and will not purchase a product that is not worth reading.

There are some things that governments can do to ensure that Canadians have the information they need to be active citizens in our democracy, which is of course the broad interests governments have in fostering and encouraging a vibrant free press. The first task of the federal government here in New Brunswick is to support and properly fund the public broadcaster.

The CBC plays a crucial role in providing quality journalism in the regions of Canada despite what is taking place in the marketplace. When CBC managers contemplate the future of regional broadcasting from their offices in Toronto, it is difficult for them to understand what is happening on the ground here. The New Brunswick CBC supertime news programs, the CBC radio news and current affairs programming and the CBC on-line service are the only games in town. Unlike big-city markets that offer many choices for viewers and readers, the CBC is broadcasting the only New Brunswick-produced television news programs. CBC Radio is the only serious producer of radio news. The website, www.nb.cbc.ca, is the only free access local news site on the Internet. If this was the case in the Toronto or Ottawa markets, cuts to regional programming would never have been on the table. I should also note that the national newspapers have no correspondents based in New Brunswick. There are no national TV or radio reporters based in New Brunswick. There is a sense in which the New Brunswick story is not necessarily being reflected to the rest of the country, which I think is an issue, but maybe a bit of a different issue. CTV and Global News are produced out

jusqu'à la conclusion logique, donne un système médiatique comme celui que nous voyons, par exemple, en Chine, qui a une industrie des médias florissante, quantité de journaux, quantité de lecteurs, mais une liberté de la presse réduite.

Lorsque j'entends les gens s'inquiéter des monopoles médiatiques au Canada et au Nouveau-Brunswick et parler de la nécessité d'une intervention gouvernementale, j'essaie de ne pas m'affoler et d'adopter une perspective à long terme. Premièrement, je pense que le marché tend à se corriger lui-même. Je sais que l'on parle beaucoup de Conrad Black, mais lorsqu'on voit la chute de Conrad Black, c'est peut-être cela l'explication, en partie.

L'avenir de toutes les entreprises médiatiques, surtout dans le monde du multimédia, réside dans leur capacité à fabriquer de bons produits. Catherine Graham, la grande rédactrice en chef aujourd'hui décédée du *Washington Post*, a exprimé cela tout simplement en disant que la façon de garantir une entreprise profitable était de produire un bon journal et de pratiquer du bon journalisme. Ici, au Nouveau-Brunswick, le groupe de presse Irving va devoir s'atteler à fabriquer des produits solides, c'est-à-dire un bon journalisme, sinon à long terme il n'aura pas grand-chose de valeur à vendre. Un monopole ne signifie pas grand-chose si vous avez peu de lecteurs, et les clients des journaux de la prochaine génération sont capricieux et savent manier la technologie et n'achèteront pas un produit qui ne vaut pas la peine d'être lu.

Les pouvoirs publics peuvent faire certaines choses pour assurer que les Canadiens disposent de l'information requise pour être des citoyens actifs dans notre démocratie, ce qui est bien sûr la raison pour laquelle les gouvernements sont intéressés à promouvoir et encourager une presse libre dynamique. La première tâche du gouvernement fédéral ici, au Nouveau-Brunswick, est d'appuyer et financer correctement le radiodiffuseur public.

La SRC joue un rôle crucial s'agissant d'assurer un journalisme de qualité dans les régions du Canada, indépendamment de la situation du marché local. Lorsque les administrateurs de la SRC réfléchissent à l'avenir de la radiodiffusion régionale depuis leur bureau de Toronto, ils ont du mal à saisir ce qui se passe ici sur le terrain. Les journaux télévisés de 18 h de la SRC, les émissions d'actualité et d'information de la radio de la SRC et le service en ligne de la SRC sont les seuls disponibles ici. Contrairement aux gros marchés qui offrent aux téléspectateurs et lecteurs de nombreux choix, la SRC diffuse les seuls journaux télévisés produits au Nouveau-Brunswick. La radio de la SRC est la seule à produire des informations radiodiffusées sérieuses. Le site Internet, www.nb.cbc.ca est le seul site d'information local gratuit sur l'Internet. Si cela était le cas aussi des marchés de Toronto ou d'Ottawa, des coupures dans les émissions régionales n'auraient jamais été décidées. J'ajoute aussi que les journaux nationaux n'ont pas de correspondant basé au Nouveau-Brunswick. Il n'y a pas de journaliste de chaîne de télévision ou de radio nationale basée au Nouveau-Brunswick. En ce sens, la vie au Nouveau-Brunswick reste ignorée du reste du pays, ce qui

of Halifax, and there is a big difference between producing a show with a couple of New Brunswick items, and producing quality New Brunswick news.

In recent years the quality of news being offered by CBC regionally, I think, has suffered terribly by being underfunded. I may not have the number exactly right, but as an example, about 50 per cent of English television staff have been eliminated over the past decade. They are producing the same amount of news with 50 per cent less staff. This is like the death of a thousand cuts, right? One of my messages to Ottawa would be simple: Properly fund the public broadcaster in the regions. I do not think this is anywhere more important than in New Brunswick.

Another contribution governments can make is to help ensure that citizens in all regions of Canada have broadband Internet access. The Internet is changing the face of journalism in the free press. This is really a revolution. We no longer need a printing press to publish a news sheet. If you consider the way the Gutenberg press changed the course of history, now we have a world where all citizens potentially have a press in their own home. Citizens with high-speed Internet access can read news from an eclectic mix of sources from all over the world.

To give you an example — everybody is involved in this type of world — I checked my e-mail before I left home this morning, and got an e-mail that said there is an interesting link to someone who is doing a blog in Shanghai, an American person, and I am interested these days in things that are happening in China. I click the link and go there, and there is an extremely well-developed multi-layered, news thing called the *Shanghai Diaries*, from an American living in Shanghai. He is doing wonderful writing, publishing this, not as a commercial enterprise, but it is just a way of getting his writing out there. This has been the big change since I have been in the media industry.

My students use the Internet as their primary source for news retrieval, and they publish an on-line news magazine from our classroom at the CBC and update their news magazines from their dorm rooms and apartments. The news magazine includes television, radio and print stories. This is why a newspaper monopoly in New Brunswick, or a large media conglomerate in Canada, means less than it once did in the marketplace of ideas. I certainly welcome the revolution, and I think we need to do everything we can to keep Canadians on the cutting edge.

The difficulty in the regions, and certainly in more rural areas of Canada, is that in this new age if you do not have broadband Internet access in your community it is like having seasonal dirt road access to the outside world. It is getting to the point where it is not really an optional service for a functioning democracy. You

est aussi un problème, bien que légèrement différent. Les journaux télévisés de CTV et Global sont produits à Halifax, et il y a une grosse différence entre produire un journal présentant quelques sujets sur le Nouveau-Brunswick et produire une émission d'information de qualité sur le Nouveau-Brunswick.

Ces dernières années, la qualité de l'information régionale offerte par la SRC a terriblement souffert du manque de moyens. Mes chiffres ne sont peut-être pas totalement exacts mais, par exemple, près de 50 p. 100 de l'effectif de la télévision de langue anglaise a été supprimé au cours des 10 dernières années. L'équipe produit le même temps d'antenne avec 50 p. 100 de personnel en moins. C'est le supplice de la mort à petit feu, n'est-ce pas? L'un des messages que j'adresse à Ottawa est tout simple : financez correctement le radiodiffuseur public dans les régions. Ce n'est nulle part plus important qu'au Nouveau-Brunswick.

Une autre contribution que peuvent faire les pouvoirs publics c'est de donner l'accès aux services à large bande aux habitants de toutes les régions du Canada. L'Internet transforme le visage du journalisme dans une presse libre. C'est réellement une révolution. On n'a plus besoin d'une presse pour publier un journal. Tout comme la presse de Gutenberg a modifié le cours de l'histoire, nous avons aujourd'hui un monde où tous les citoyens disposent potentiellement d'une presse dans leur foyer. Les citoyens ayant l'accès Internet à haute vitesse peuvent lire des nouvelles provenant d'un mélange éclectique de sources dans le monde entier.

Pour vous donner un exemple — tout le monde peut être un acteur dans ce nouveau monde — j'ai vérifié mon courriel ce matin avant de partir et j'en avais un qui m'envoyait un lien vers quelqu'un qui publie un carnet en ligne intéressant depuis Shanghai, un Américain, et je m'intéresse en ce moment à ce qui se passe en Chine. J'ai cliqué sur le lien pour aller voir et suis tombé sur un journal en ligne extrêmement bien fait, à plusieurs couches, intitulé *Shanghai Diaries*, le travail d'un Américain vivant à Shanghai. Il écrit merveilleusement bien, et publie cela non pas comme une entreprise commerciale mais uniquement comme moyen de diffuser ses écrits. C'est là le plus gros changement depuis mon époque dans la presse.

Mes étudiants utilisent l'Internet comme source première d'extraction de nouvelles, et ils publient un magazine d'information en ligne à partir de notre salle de classe dans les locaux de la SRC et le mettent à jour depuis leurs dortoirs et appartements. Le magazine d'information comprend des sujets sur support télévisuel, radiophonique et écrit. C'est pourquoi un monopole de presse au Nouveau-Brunswick ou un gros conglomerat multimédia au Canada ne revêt plus aujourd'hui la même importance sur le marché des idées. Je me félicite de cette révolution et je pense qu'il faut tout faire pour que les Canadiens restent à la pointe de cette technologie.

La difficulté dans les régions, et certainement les parties rurales du Canada, c'est qu'en cette ère nouvelle, si vous n'avez pas l'accès Internet à large bande, c'est comme être relié au monde extérieur uniquement par un chemin de terre saisonnier. On en arrive au point où ce n'est plus réellement un service optionnel

do not want poor people, or people in rural communities, to be shut out of the public debate in Canada. That is an issue that government certainly can address.

Finally, governments can support the education of journalists. Every year I meet young people at St. Thomas who have talent, passion, and a determination to make a difference in the world. Well-educated and well-trained journalists are more important than ever in the digital age where we are flooded with information.

What role will journalists play? Lewis Lapham, the editor of *Harper's Magazine*, says that they will tell stories that tell us about ourselves. He writes:

Some stories are true. Many are false. Some stories are more complicated or more beautiful than others. Homer told a story. So did Shakespeare. So did CNN and Donald Duck. But to concede the shallowness and ignorance of the news media doesn't diminish their usefulness. The data are always fugitive and insufficient, but they amount to the best that can be said in a small space on short notice. People like to listen to stories to settle the wilderness of their experience with the fence post of a beginning, middle and an end. How else in the blurred and imperfect images of the morning paper and afternoon television summary, can the labour leader, the ballerina, or the police detective, form even a distorted image of one another? The news media possess no therapeutic value, better able to diagnose, than to cure or recommend. They present their audience with a rough measure of the distance between what they know and what they wish to believe about themselves.

Journalists are storytellers, and these stories help us understand who we are as a people. What we need is the freedom and opportunity to tell them.

I have one final story to tell you and then I will take your questions. Earlier this month, the president-elect of the St. Thomas Students' Union, was being run out of office by a group of political opponents. My journalism students turned out en masse at a meeting where there were plans to impeach this young woman. The motion was withdrawn in the face of such a large contingent of student reporters. Then my students faced a grave dilemma. The student weekly newspaper, *The Aquinian*, had run out of money and had published its final edition of the year. Another council meeting was scheduled, and impeachment was on the agenda. What was their response? They continued to report on the story and published updates on their on-line news magazine. As I speak here, they are still filing updates long after the end of classes, and the end of any obligations they have for grades or submitting portfolios. To borrow the words of Harold Ross, the legendary editor of *The New Yorker*, "I am encouraged to go on."

dans une démocratie en bon état de marche. Il ne s'agit pas d'exclure les pauvres ou les ruraux, du débat public au Canada. C'est là une problématique à laquelle l'État doit s'attaquer.

Enfin, les pouvoirs publics peuvent appuyer l'éducation des journalistes. Chaque année, je rencontre à St. Thomas des jeunes gens qui ont du talent, de la passion et la volonté de faire une différence dans le monde. Des journalistes instruits et compétents sont encore plus importants dans cette ère numérique où nous sommes inondés d'informations.

Quel rôle vont jouer les journalistes? Lewis Lapham, le rédacteur en chef du *Harper's Magazine*, indique qu'ils raconteront des histoires qui nous parlent de nous-mêmes. Il écrit :

Certaines histoires sont vraies. Beaucoup sont fausses. Certaines histoires sont plus compliquées ou plus belles que d'autres. Homère a raconté une histoire. Shakespeare a fait de même. CNN et Donald Duck aussi. Mais de concéder la superficialité et l'ignorance des médias d'information ne réduit pas pour autant leur utilité. Les données sont toujours fugitives et insuffisantes, mais elles représentent le mieux que l'on puisse dire sur peu d'espace en peu de temps. Les gens aiment écouter les histoires pour baliser les horizons sauvages de leur expérience avec les marqueurs que sont un début, un milieu et une fin. Comment, au travers des images brouillées et imparfaites du journal du matin et du bulletin télévisé de l'après-midi, le syndicaliste, la ballerine ou le policier pourraient-ils former même une image distordue les uns des autres? Les médias d'information ne possèdent aucune valeur thérapeutique, n'offrent pas de meilleurs outils pour diagnostiquer, guérir ou recommander. Ils proposent à l'auditoire une mesure grossière de la distance entre ce qu'ils savent et ce qu'ils souhaitent croire sur eux-mêmes.

Les journalistes sont des conteurs et ces histoires nous aident à comprendre qui nous sommes, en tant que peuple. Ce qu'il nous faut, c'est la liberté et la possibilité de les raconter.

J'ai une dernière anecdote à vous relater avant de répondre à vos questions. Au début de ce mois, la présidente nouvellement élue de l'Union étudiante de St. Thomas faisait face à une campagne visant à l'évincer montée par un groupe d'adversaires politiques. Mes étudiants en journalisme se sont présentés en masse à une réunion où l'on devait démettre la jeune femme. La motion a été retirée, face à un contingent aussi nombreux d'étudiants en journalisme. Ensuite, mes étudiants se sont retrouvés face à un grave dilemme. Le journal hebdomadaire étudiant, *The Aquinian*, avait épuisé ses fonds et fini de publier son dernier numéro de l'année. Une autre réunion du Conseil étudiant était prévue et la destitution était de nouveau à l'ordre du jour. Quelle a été leur réaction? Ils ont continué à suivre l'histoire et à publier des mises à jour sur leur magazine en ligne. À l'heure où je parle, ils continuent à mettre à jour l'information bien après la fin des classes, bien après la fin de toute obligation du point de vue de leurs notes ou de la présentation de portefeuille. Pour emprunter les mots de Harold Ross, le légendaire rédacteur en chef du *New Yorker* : « Je suis encouragé à continuer ».

I can stop there and take questions.

Senator Eyton: Mr. Lee, you probably said it but I need to get better organized, can you relate again your history with St. Thomas University, in particular with the School of Journalism? First of all, relate your experience and then relate it to the school itself: when was it begun; the number of students; and that sort of thing.

Mr. Lee: I am the Director of the Journalism program at St. Thomas. This program that I was describing, a Bachelor of Arts with a major in journalism, is new. It is about three years old. I have been at St. Thomas about four years. Before I arrived there, they had a journalism education program that was done in cooperation with the Community College system in New Brunswick. We still do that, but that is very much a sideline. Our main focus now is this new BA program. We limit the number of students to 20 each year. We have a competitive system to get into the program, and so we have about 50 applicants for 20 spots each year.

Senator Eyton: They are drawn mostly from the province, or does the reach go beyond that?

Mr. Lee: It goes beyond that. Most of the students who come to St. Thomas are from Atlantic Canada, but we have students in our journalism program from all parts of Canada. Also, we have some international students. We have students from Japan. We have a student from Latvia. It is becoming more diverse.

Senator Eyton: You say that program has been in place for about three years?

Mr. Lee: The Bachelor of Arts with a major in journalism has been in place for about three years.

Senator Eyton: We have heard about the ills of Irving press concentration here in the province, and I was intrigued to hear that they are funding quite a large grant. I heard \$1 million. Is that dedicated to the university as a whole, or is there some focus on journalism?

Mr. Lee: It is specifically for journalism. It is for a chair in journalism. Our plan is to use that funding to bring in a visiting journalist each year. One of the challenges of running a journalism program in Atlantic Canada, as opposed to being in Ottawa or Toronto, is that you cannot call up *The Globe and Mail* newsroom and have people come into your classrooms every week, and an important part of journalistic education is to expose young people to working journalists. In the best of all worlds, over the course of a four-year education students would be exposed to four different journalists from different backgrounds and get that kind of —

Senator Eyton: Can you tell us who is occupying that chair currently?

Mr. Lee: We have not filled it yet. This is a new gift. We will be working on that this spring.

Je m'en tiendrai là, pour répondre à vos questions.

Le sénateur Eyton : Monsieur Lee, vous l'avez probablement déjà dit, mais je ne suis pas assez organisé. Pourriez-vous nous répéter l'histoire de l'Université St. Thomas, en particulier de l'école de journalisme? Dites-nous tout d'abord votre expérience, puis reliez cela à l'école elle-même : quand elle a démarré, le nombre d'étudiants, ce genre de choses.

M. Lee : Je suis le directeur du programme de journalisme à St. Thomas. Ce programme que j'ai décrit, un baccalauréat ès arts avec spécialisation en journalisme, est nouveau. Il existe depuis trois ans. Je suis à St. Thomas depuis quatre ans environ. Avant mon arrivée, il y avait un programme d'études de journalisme dispensé en collaboration avec le système du Collège communautaire du Nouveau-Brunswick. Nous faisons toujours cela, mais c'est devenu très secondaire. L'accent est maintenant mis sur le nouveau programme de baccalauréat. Nous limitons le nombre des étudiants à 20 chaque année. Les admissions se font sur concours et nous avons une cinquantaine de candidats pour 20 places chaque année.

Le sénateur Eyton : Viennent-ils principalement de la province, ou bien de plus loin?

M. Lee : De bien plus loin. La plupart des étudiants qui viennent à St. Thomas sont du Canada atlantique, mais nous en avons dans notre programme de journalisme de tout le Canada. Nous avons également quelques étudiants étrangers. Nous avons des Japonais et un Letton. Cela devient plus divers.

Le sénateur Eyton : Vous dites que ce programme existe depuis environ trois ans?

M. Lee : Le baccalauréat ès arts avec spécialisation en journalisme existe depuis trois ans.

Le sénateur Eyton : On s'est beaucoup plaint de la concentration de la presse Irving ici dans la province et j'ai été intrigué d'entendre qu'Irving verse une subvention assez importante. J'ai entendu 1 million de dollars. Est-ce que la somme va à l'université dans son ensemble, ou bien est-elle réservée au journalisme?

M. Lee : C'est pour le journalisme. C'est pour une chaire de journalisme. Nous prévoyons d'utiliser cette somme pour faire venir un professeur de journalisme invité chaque année. L'une des difficultés d'un programme de journalisme dans la région atlantique, comparé à Ottawa ou Toronto, c'est que l'on ne peut appeler la rédaction du *Globe and Mail* et faire venir des gens dans vos salles chaque semaine, et un volet important d'études de journalisme est d'exposer les jeunes gens à des journalistes en exercice. Dans le meilleur des modes, sur des études de quatre ans, nos étudiants seront exposés à quatre journalistes différents, venant d'horizons différents, et auront ce genre de...

Le sénateur Eyton : Qui occupe la chaire actuellement?

M. Lee : Elle n'est pas encore occupée. C'est un don tout récent. Nous y travaillerons ce printemps.

Senator Eyton: I assume you were part of the discussion with the Irving family on the terms of the funding as it relates to the chair?

Mr. Lee: I was involved in a lot of discussion leading up to that. I was not actually involved, however, on some of the finer points.

Senator Eyton: Were there any restrictions that you are aware of in terms of the chair?

Mr. Lee: On who would fill it? No, absolutely not.

Senator Eyton: I guess the Dalton Camp foundation is something different.

Mr. Lee: That is something different. We started that endowment after Dalton Camp died. We felt we needed to do something in his name, so we started raising money for the Dalton Camp endowment. That is a separate source of funding for us. We use that to support the Dalton Camp lecture, and we also support student scholarships from that, and some other programming.

Senator Eyton: You do not need to answer this, but I would be curious to know if there were any Irving family members in the audience when Naomi Kline was speaking in this year's lecture? You do not need to comment. It is just a curiosity.

I take your broad point about the market or market forces, public appetite, public demand change, and therefore making change. Time is a great healer. You did mention Mr. Black's ownership, which was then considered almost a monopoly in Canada, and of course that is gone.

This is true of every endeavour, but I want to underline that things change over time. Things are always changing, particularly when you are free of government regulation or intervention.

I will recite a few names in the business world that I think underscore that point. One may think that forces are omnipotent or irresistible, but Conrad Black inherited the Argus Corporation, which was considered a monopoly at one time. Other examples are the Reichman family in the real estate business, the Eaton family in the marketing business, or even the Thomson family, and they of course exited what I call the conventional publishing field to go into, as it turns out, a very profitable electronic niche. There was a free choice to say, "I think we will go someplace where we can make more money."

All this is to underscore your point that time and technology bring with it massive change, and that some of the concerns we have today quite naturally disappear, free of artificial support, government regulation or intervention. That is my little comment. I realize I am not a witness but I was picking up on your point that things change with time.

Le sénateur Eyton : Je suppose que vous faisiez partie des discussions avec la famille Irving concernant les conditions de financement de cette chaire?

M. Lee : J'ai participé à beaucoup de discussions préparatoires mais pas réellement sur les détails.

Le sénateur Eyton : À votre connaissance, existe-t-il des restrictions concernant la chaire?

M. Lee : Pour ce qui est des occupants? Non, absolument pas.

Le sénateur Eyton : Je suppose que la fondation Dalton Camp est quelque chose de différent?

M. Lee : Oui, c'est différent. Nous avons lancé cette dotation après le décès de Dalton Camp. Nous voulions faire quelque chose en son nom, et nous avons donc lancé une campagne de levée de fonds pour cette dotation Dalton Camp. C'est une source de financement distincte pour nous. Nous utilisons ces sommes pour financer la conférence Dalton Camp et nous contribuons également à des programmes de bourse et à quelques autres.

Le sénateur Eyton : Vous n'êtes pas obligé de répondre, mais je serais curieux de savoir s'il y avait des membres de la famille Irving dans l'auditoire lorsque Naomi Kline a donné sa conférence cette année? Vous n'êtes pas obligé de répondre, je suis juste curieux.

J'accepte votre argument à l'effet que le marché ou les forces du marché, l'appétit du public, la demande du public, évoluent et que ce de fait les choses changent. Le temps est un grand guérisseur. Vous avez mentionné M. Black, qui était alors considéré comme exerçant presque un monopole sur tout le Canada, et bien entendu cela, c'est fini.

C'est vrai de toute entreprise, et je voulais simplement souligner que les choses changent avec le temps. Tout évolue, particulièrement lorsqu'on est libre de réglementation ou d'intervention étatique.

Je vais citer quelques noms du monde des affaires qui souligneront cette optique. On peut penser que certaines forces sont omnipotentes ou irrésistibles, mais Conrad Black a hérité de l'Argus Corporation, qui était considérée un monopole à un moment donné. D'autres exemples sont la famille Reichman dans l'immobilier, la famille Eaton dans le commerce de détail ou même la famille Thomson et même elle, bien sûr, a quitté ce que j'appelle le secteur de l'édition traditionnelle pour se lancer dans ce qui s'avère être un créneau électronique très profitable. La famille a fait ce choix librement, optant pour une activité où elle pouvait gagner plus d'argent.

Je dis tout cela pour souligner votre argument que le temps et la technologie s'accompagnent de changements massifs et que certaines des préoccupations que nous avons aujourd'hui disparaîtront tout naturellement, sans soutien artificiel, sans réglementation ou intervention gouvernementale. Voilà mon petit commentaire. Je réalise que je ne suis pas un témoin, mais je voulais simplement me faire l'écho de ce que vous disiez sur l'évolution des choses.

A final question: There is concern that we have heard repeatedly, and you would have heard the earlier sessions we had here this morning, concerns about some parts of our broader community that are not well serviced, in particular the local community, and I wonder if you can comment on that? I gave some examples earlier. Perhaps you have heard about smaller initiatives that are taking place in Newfoundland and in parts of Nova Scotia. I wonder if like movement or initiatives are taking place here in New Brunswick?

Mr. Lee: Could you fill me in on the background of this question?

Senator Eyton: You were not paying attention.

Mr. Lee: I was not here.

Senator Eyton: We were talking about low-power radio stations in communities. Often, we hear people commenting that the local communities are sometimes left out within the larger enterprises; that they are not properly covered, and there is not proper discourse about community events or developments. On that score, we heard of some initiatives in Newfoundland, and partly in Nova Scotia, dealing with low-power radio stations and community newsletters or newspapers that came together. Some of those have been successful, and are continuing. Are you aware of anything like that in New Brunswick?

Mr. Lee: I am aware of some initiatives of that sort, and I do think this is a pretty rich area of opportunity; things such as campus and community radio stations. This whole world of creating low-budget on-line publications can certainly add to the diversity of voices in a community. I think that competition in the media and competition among journalists is a good thing. You are certainly better served by a diversity of voices.

I know that the campus and community radio station on the UNB campus, which my students are getting more involved in, is extending its reach now, and it is a tremendous opportunity to really start having an influence in public affairs.

Senator Trenholme Counsell: I have jotted down a lot of questions but I thought I might bring some of them together in this question. You made the statement — I am paraphrasing this — that the Irvings would need to demonstrate that they can produce solid products in order to merit the place they have in journalism and in the media in New Brunswick. I was thinking to myself, if they are known for anything, it is solid products; everything from diapers to dailies. What might you choose as the two or three criteria for judging whether the products are solid?

I wanted to ask you specifically whether you have found much time to study the weeklies? There has been a big turnover and a big conglomeration of the weeklies over the last two or three years.

Also, as a more specific question, how would you rate this solid product in terms of the coverage of the LNG Terminal in Saint John? That has been one the biggest issues I have watched for a

Une dernière question : Une préoccupation a été exprimée de façon répétée ici, et vous l'avez peut-être entendue si vous avez suivi les séances de la matinée, concernant le manque de services dans les petites localités et j'aimerais avoir votre avis là-dessus. J'ai donné quelques exemples tout à l'heure. Peut-être avez-vous entendu parler des initiatives locales en train à Terre-Neuve et en Nouvelle-Écosse. Existe-t-il un mouvement ou des initiatives similaires, ici, au Nouveau-Brunswick?

M. Lee : Pourriez-vous me dire de quoi il s'agit?

Le sénateur Eyton : Vous n'avez pas écouté.

M. Lee : Je n'étais pas là.

Le sénateur Eyton : Nous parlions de stations de radio locales à faible puissance. Souvent, les gens disent que les grosses entreprises négligent les petites localités, n'en assurent pas une couverture suffisante et ignorent l'actualité locale. On nous a parlé de quelques initiatives à Terre-Neuve, et aussi en Nouvelle-Écosse, avec des stations de radio de faible puissance et des bulletins ou journaux communautaires. Certains de ces projets ont réussi et se poursuivent. Avez-vous connaissance de quelque chose de similaire au Nouveau-Brunswick?

M. Lee : Je connais quelques initiatives de cette sorte et je trouve que c'est un domaine très prometteur, des choses comme les stations de radio universitaires et communautaires. Tout ce monde de la création de publications en ligne à faible budget peut certainement ajouter à la diversité des voix dans une collectivité. Je trouve que la concurrence dans les médias et la concurrence entre journalistes est une bonne chose. On est certainement mieux servi par une diversité de voix.

Je sais que la station de radio universitaire et communautaire sur le campus de l'UNB, à laquelle mes étudiants commencent à s'intéresser davantage, accroît son rayonnement maintenant, et c'est une excellente occasion de réellement commencer à exercer une influence sur les affaires publiques.

Le sénateur Trenholme Counsell : J'avais noté quantité de questions mais je me dis que je pourrais les rassembler en une. Vous avez dit — et je paraphrase — que les Irving doivent prouver qu'ils savent fabriquer des produits solides pour mériter la place qu'ils occupent dans la presse et les médias du Nouveau-Brunswick. Je me suis dit que s'ils sont réputés pour une chose, c'est bien la solidité de leurs produits, de toutes sortes, depuis les couches-culottes jusqu'aux quotidiens. Quels sont les deux ou trois critères que vous choisiriez pour déterminer si leurs produits sont solides?

Je voulais aussi vous demander plus précisément si vous avez eu le temps de vous pencher sur les hebdomadaires? Il y a eu un énorme brassage et une grosse concentration au niveau des hebdomadaires ces deux ou trois dernières années.

En outre, pour poser une question plus spécifique, comment jugez-vous ce produit solide s'agissant de la couverture du terminal GNL à Saint John? C'est l'un des plus gros enjeux que

long while. Of course, the name of Wardell and the past has been dug out in this debate. In terms of a solid product in the New Brunswick scene, what will you look for?

Mr. Lee: While I have it on my mind, I will address the issue of the weeklies. There has been a concentration of ownership in the weekly newspapers in New Brunswick, and I see those newspapers sometimes. I do not see all of them all the time, so I am not sure. I have mixed feelings about it, because I think, generally speaking, a lot of community newspapers, regardless of who owns them, tend not to serve their communities particularly well. They tend to be run on shoestring editorial budgets.

I have worked at these papers so I know what they are about. I started my career at the *Grand Falls Advertiser*, where we had an editorial staff of two, I think. I wrote pretty much every story in the paper, and the editorials, and I used to paste in the pictures or the copy on the page with my little knife after I finished writing my story.

That does not necessarily serve communities well when you have very thin editorial staffs. In some cases, I think the quality of the papers has gotten a little bit better. Certainly there has been a bit more focus on editorial matters.

When I talk about a quality product, I think it is not a great mystery that you need to put out a good newspaper that has good stories that are well-written and well-researched. A good newspaper is not the great mystery that everybody seems to make it out to be. I think you do good writing and good stories. You try to cover your community well. You try to reflect the character of your community in your newspaper. The way to do that is by recruiting good people and building your newsroom around a good solid editorial staff, and paying attention to editorial matters. That is the product. It is the editorial side of the newspaper, in my view.

The coverage of the LNG Terminal in Saint John is an interesting debate, and there has been a lot of talk about that, certainly in media circles. There were some good and courageous things in the way that the paper covered that story. Their editorial position, if I remember correctly, was that they felt the tax deal should be reviewed. They did not think it should stand the way it was. They had some difficulties with that. I thought some of the coverage was good as well.

The new publisher of the *Telegraph-Journal*, Jamie Irving, who is an acquaintance of mine, a friend of mine over the years, apprenticed as a reporter when I was working as an editor at the *Telegraph-Journal*. He is interested in editorial matters. He cares about newspapers. He is well educated in the media world. He went to Columbia School of Journalism. He went to Carleton and studied at the graduate level. He knows something. He cares about newspapers, and I have a lot of confidence in him to do a good job. I know he has hired a very good editor, Mark Tunney, who is the new editor of the *Telegraph-Journal*. He is a very good journalist who has worked for me and has worked for years at the CBC. He is a person of great integrity and a really good journalist.

J'ai vu depuis longtemps. Bien sûr, tout ce débat a fait resurgir le nom de Wardell et tout le passé. S'agissant d'un produit solide sur la scène du Nouveau-Brunswick, que rechercheriez-vous?

M. Lee : Parlons tout de suite de la question des hebdomadaires, avant qu'elle ne me sorte de la tête. Il y a eu une concentration de la propriété des journaux hebdomadaires au Nouveau-Brunswick et je les lis parfois. Je ne les vois pas tous tout le temps, aussi je ne suis pas sûr. J'ai une réaction mitigée à ce sujet car je trouve, généralement parlant, que nombre des journaux communautaires, indépendamment de leurs propriétaires, tendent à ne pas servir particulièrement bien leurs localités. Ils tendent à être exploités avec des budgets éditoriaux de bout de ficelle.

J'ai travaillé dans ces journaux et je sais donc de quoi il retourne. J'ai commencé ma carrière au *Grand Falls Advertiser*, où nous avions un personnel rédactionnel de deux, je crois. J'écrivais pratiquement tous les articles du journal, ainsi que les éditoriaux, et j'avais coutume de découper les photos ou le texte avec mon couteau pour les coller sur la page.

Les localités ne sont pas nécessairement bien servies lorsque vous avez du personnel rédactionnel aussi réduit. Dans certains cas, je crois que la qualité des journaux s'est un peu améliorée. En tout cas, on s'est intéressé un peu plus au contenu journalistique.

Lorsque je parle d'un produit de qualité, ce n'est pas un grand mystère qu'il vous faut sortir un bon journal, avec de bons articles bien rédigés et bien documentés. Un bon journal n'est pas le grand mystère que tout le monde semble en faire. Je pense qu'il faut de bonnes plumes et de bonnes histoires. Vous cherchez à bien couvrir votre collectivité. Vous cherchez à refléter le caractère de votre collectivité dans votre journal. La façon de le faire, c'est de recruter de bons journalistes et de construire votre rédaction autour d'un personnel de journalistes solide et en prêtant attention aux affaires éditoriales. Voilà le produit. C'est le côté rédactionnel du journal, à mon avis.

La couverture du terminal GNL à Saint John est un débat intéressant et il en a été beaucoup question, en tout cas dans les milieux médiatiques. Le journal a couvert cette affaire de façon assez bonne et courageuse. La position éditoriale, si je me souviens bien, était qu'il fallait revoir l'exemption fiscale. Le journal était contre et voulait une révision. J'ai trouvé que la couverture était assez bonne.

Le nouvel éditeur du *Telegraph-Journal*, Jamie Irving, qui est une connaissance à moi, un ami de longue date, a fait son apprentissage de journaliste lorsque je travaillais comme rédacteur au *Telegraph-Journal*. Il s'intéresse aux affaires éditoriales. Les journaux le passionnent. Il connaît bien le monde des médias. Il a fait l'École de journalisme de Columbia. Il est allé à Carleton et a étudié au niveau du deuxième cycle. Il s'y connaît. Il a le journalisme à cœur et je lui fais confiance pour faire un bon travail. Je sais qu'il a engagé un très bon rédacteur en chef, Mark Tunney, qui est le nouveau rédacteur en chef du *Telegraph-Journal*. C'est un excellent journaliste qui a travaillé pour moi et a travaillé pendant des années à la SRC. C'est un homme d'une grande intégrité et un très bon journaliste.

I think they handled that well. I have been in newsrooms covering stories that relate to the business interests of the owners. That happens quite often obviously when you work for the Irvings in New Brunswick. In the newspaper world, you have stories land in you lap that relate to the business interests of the owners, and I think they covered that story. They went ahead and covered the story, and tried not to be looking over their shoulder.

When I first came to the *Telegraph-Journal* and the *Times Globe*, in the newsroom there were never any directives from head office saying, "Do not do this story; take this angle on this story." However, there was a lot of self-censorship that went on; people worrying about how the owners might feel about a particular story as opposed to any kind of direct intervention. I would watch my editors get very worried and fuss over these things, because they were worried about how the owners would feel. I think the best thing is to have editors who have the confidence of the owners and have confidence in themselves that they will cover the story and cover it fairly. I do not know if that helps.

Senator Trenholme Counsell: I am sure that you must take a historical perspective to all of this. Maybe not as much as the professor did from Mount Allison University although I was surprised that she did not go back further. Would you care to make any comparison between the days of Michael Wardell and Jamie Irving? It is a huge gap, but his name has come up repeatedly with regard to the LNG crisis. I do not know whether my colleagues in the Senate know what this is all about. Yes, they do but would that have been considered a low point? I will just ask you to comment on it.

Mr. Lee: I have not heard the comparison that you refer to, necessarily. That would be one way of looking at this, to take the long view and say, are we better served now than we once were when the New Brunswick papers at various times have been terrible, politically partisan and racist. In some ways if you take the long view, you might say, "We have come a long way." I do not see the coverage of the LNG terminal as being any kind of a low point.

Senator Trenholme Counsell: No, I did not mean that. I meant the Wardell-Robichaud period.

Mr. Lee: Yes, I have read some of that material from those eras and that certainly was a low point.

It compares favourably to that. There certainly is an attempt to provide some sort of balance, and to be objective and what not.

Senator Munson: You were talking about the endowment fund. Senator Atkins tries to hit me up every second day for money.

The Chairman: You have a very faithful supporter in the Senate of Canada.

Senator Munson: Yes.

Je trouve qu'ils s'en sont bien sortis. J'ai vécu dans des salles de presse où il fallait couvrir des sujets mettant en jeu les intérêts commerciaux des propriétaires. Cela arrive assez souvent, forcément, lorsqu'on travaille pour les Irving au Nouveau-Brunswick. Dans le monde journalistique, il vous tombe des sujets qui mettent en jeu les intérêts commerciaux des propriétaires, et je trouve qu'ils ont bien couvert celui-ci. Ils se sont lancés et ont couvert le sujet en essayant de ne pas regarder par-dessus leur épaule.

Lorsque je suis arrivé au *Telegraph-Journal* et au *Times Globe*, la rédaction ne recevait jamais de directives du siège disant : « Ne parlez pas de cela ou adoptez telle perspective sur tel sujet ». Cependant, il y avait beaucoup d'autocensure; les journalistes s'inquiétaient de ce que les propriétaires penseraient d'un article, par opposition à une intervention directe. Je voyais mes rédacteurs en chef se mettre martel en tête parce qu'ils se demandaient comment les propriétaires allaient réagir. Je pense que le mieux c'est d'avoir des rédacteurs en chef qui ont la confiance des propriétaires et assez confiance en eux pour couvrir le sujet et le faire objectivement. Je ne sais pas si cela vous renseigne.

Le sénateur Trenholme Counsell : Je suis sûre que vous devez adopter une perspective historique de cette affaire. Peut-être pas autant que l'a fait cette professeure de l'Université Mount Allison, encore que j'ai été surprise qu'elle ne remonte pas plus loin dans le passé. Voudriez-vous faire la comparaison entre l'époque de Michael Wardell et celle de Jamie Irving? L'écart est énorme, mais son nom a été cité de manière répétée au sujet de la crise GNL. Je ne sais pas si mes collègues du Sénat savent de quoi ils retournent. Oui, ils savent. N'était-ce pas là le point le plus bas? J'aimerais avoir votre réaction.

M. Lee : Je n'ai pas entendu la comparaison dont vous parlez, nécessairement. Ce serait une façon de considérer cela, adopter une perspective à long terme et demander si nous sommes mieux servis aujourd'hui que nous l'étions jadis, lorsque les journaux du Nouveau-Brunswick, à divers moments, étaient détestables, politiquement partisans et racistes. D'une certaine façon, si on adopte la perspective à long terme, on est forcé de conclure que les choses se sont pas mal améliorées. Je ne considère pas la couverture du terminal GNL comme un épisode particulièrement regrettable.

Le sénateur Trenholme Counsell : Non, ce n'est pas ce que je voulais dire, je parlais de la période Wardell-Robichaud.

M. Lee : Oui, j'ai lu certains des articles de cette époque et c'était certainement la pire période.

La comparaison est favorable. Il y a au moins eu une tentative d'équilibre et d'objectivité.

Le sénateur Munson : Vous parliez du fonds de dotation. Le sénateur Atkins me tape tous les deux jours pour que j'y contribue.

La présidente : Vous avez un partisan très fidèle au Sénat du Canada.

Le sénateur Munson : Oui.

Mr. Lee: Yes, I know. He has been wonderful.

Senator Munson: I keep telling him I am just a poor guy from Northern New Brunswick. I do not have that kind of money.

This might be a delicate tightrope for you to walk. You have worked in the golden days of Neil Reynolds. At that particular time, you talked about a national newspaper award, and I can recall covering this part of the country at that time as well. There seemed to be a great deal of excitement with the various exposés and the investigative journalism, and here you are at St. Thomas University and you have worked for the Irvings. There is an Irving endowment program. You are an individual journalist in your heart. You were not here early this morning, but there was a pretty tough commentary from a professor from Mount Allison University about the monopoly here. Is there any appetite in New Brunswick for somebody with money, or to make an investment, to have alternative news media here, not just the ones that we see in some of the street boxes, to compete against this monopoly?

Mr. Lee: You mean an appetite among readers?

Senator Munson: Yes. If we are hearing from both sides of the fence, there must be some people who are probably getting a wee bit tired of hearing ...

Mr. Lee: I think probably there is an appetite among readers for a good newspaper war, let us say. There is nothing better than that. When I was in St. John's, when we had our upstart weekly, *The Sunday Express*, we were certainly at war with *The Evening Telegram*, which was a tired old Thompson paper. The reading public loved what we were doing. It created a lot of excitement so yes, absolutely. If you started a new daily in Fredericton, I think there would be a great appetite for it. You would need a financial investor with some courage, because it would be a tough fight. There is a pretty entrenched business there.

Senator Munson: Would New Brunswickers be better served by having that sort of competition?

Mr. Lee: Whenever you have competition, and whenever you have newspaper competition, I think readers are better served. Canada, on the national newspaper scene, was far better served when the *National Post* came on the scene, because I think it woke up *The Globe and Mail*. *The Globe and Mail* is a far better paper, in my view, than it was before the *National Post* came on the scene. The immediate response would be that, yes, I think you would see better journalism.

Remind me of the second part of your question.

Senator Munson: I am a journalist. I have already forgotten it: just the overall view of the remarks that were made about the Irving empire.

Mr. Lee: Yes, I was going to comment on that. I did not hear the earlier presentation, so I am not responding directly to that. I work at a university so I hear a lot of criticism of the journalists in general and a lot of hand-wringing and griping about the Irving press in general. Because they are owned by the Irving family, and

M. Lee : Oui, je sais. Il a été merveilleux.

Le sénateur Munson : Je n'arrête pas de lui dire que je ne suis qu'un pauvre gars du nord du Nouveau-Brunswick. Je n'ai pas cette sorte de moyens.

Je vais peut-être vous obliger à marcher sur une corde raide. Vous avez travaillé à l'époque dorée de Neil Reynolds. À ce moment-là, vous parliez d'un prix de journalisme national et je me souviens avoir couvert moi aussi cette partie du pays. Il y avait beaucoup de passion alors avec la mise à jour de divers scandales et ce journalisme d'investigation, et vous voici à l'Université St. Thomas et vous avez travaillé pour les Irving. Il y a une fondation Irving. Je sais que vous êtes un journaliste individualiste au fond du cœur. Vous n'étiez pas là tôt ce matin, mais il y a eu des propos assez durs tenus par un professeur de l'Université Mount Allison sur le monopole ici. Y a-t-il un appétit au Nouveau-Brunswick pour quelqu'un ayant de l'argent, ou désireux d'investir, pour avoir des médias d'information autres, et pas seulement les journaux que l'on voit dans les boîtes distributrices, afin de concurrencer ce monopole?

M. Lee : Parlez-vous d'un appétit chez les lecteurs?

Le sénateur Munson : Oui. Si l'on pose la question à tout le monde, il doit bien y en avoir qui commencent à être un peu fatigués...

M. Lee : Il y a probablement un appétit chez les lecteurs pour une bonne guerre entre journaux, disons. Il n'y a rien de mieux que cela. Lorsque j'étais à St. John's, lorsque nous avons monté notre hebdomadaire, le *Sunday Express*, nous étions certainement en guerre contre l'*Evening Telegram* qui était un vieux journal fatigué de Thompson. Le public adorait ce que nous faisions. Cela a engendré beaucoup d'excitation, oui, absolument. Si vous lanciez un nouveau quotidien à Fredericton, il rencontrerait un grand appétit. Il vous faudrait un financier n'ayant pas froid aux yeux, car ce serait une rude bagarre. Il y a là en place un journal plutôt bien implanté.

Le sénateur Munson : Est-ce que les Néo-Brunswickois seraient mieux servis si ce genre de concurrence existait?

M. Lee : Chaque fois qu'il y a concurrence, chaque fois qu'il y a concurrence entre deux journaux, je trouve que les lecteurs sont mieux servis. À l'échelle nationale, le Canada a été bien mieux servi lorsque le *National Post* a fait irruption, car cela a réveillé le *Globe and Mail*. Le *Globe and Mail* est un bien meilleur journal aujourd'hui, à mon avis, qu'avant l'arrivée du *National Post*. Ma réaction immédiate serait de dire, oui, nous verrions du meilleur journalisme.

Rappelez-moi la deuxième partie de votre question.

Le sénateur Munson : Je suis journaliste. Je l'ai déjà oubliée. Simplement les critiques d'ensemble adressées à l'empire Irving.

M. Lee : Oui, j'allais y venir. Je n'ai pas entendu l'exposé de ce matin et je ne vais donc pas y répondre directement. Je travaille dans une université et j'y entends beaucoup de critiques adressées aux journalistes en général, toutes sortes de lamentations au sujet de la presse Irving en général. Le fait que les journaux

because there is a media monopoly does not mean necessarily that they have to be bad newspapers and not do good journalism, meaningful journalism. Wherever I have worked it seems that we go through periods when we have good papers and we do not have such good papers. We did have a good paper for a time with the *Telegraph-Journal* when I was there. I am not saying that was the only time the *Telegraph-Journal* was good, but when I was there we did have a good paper, and the owners were good owners. Also, when we went to Rideau Hall with Neil Reynolds, one of the comments he made was that J.K. Irving had been an excellent owner in every way, that he had supported him, and that he had supported what we did. We did not always make them feel comfortable, but I think at that time, something good was going on, and we did some good journalism.

Senator Munson: Time is running out, but I wanted to agree with you on your comments on the lack of national news coverage of New Brunswick. I know it is nice to sit in Halifax and I was guilty of doing that too. I believe that CTV, Global and CBC should have national reporters based in New Brunswick. I also believe that you cannot go back to the days of Lionel Television and the Home of the Lobster that my grandparents used to watch in Baie Verte. ATV is a fine news organization, but I wish in New Brunswick there would be a separate entity. I also agree with you on the CBC that regional cuts are horrible because I was a judge about ten years ago in Atlantic Journalism Awards, and the other judges were CBC local Fredericton, CBC local Halifax and CBC local St. John's. There was tremendous documentary investigative reporting. I just thought I would put that on the record.

The Chairman: I was interested that the journalism program involves, you said, a major within another faculty. It sounded to me as if that meant your graduates are not just getting skills training, they are also getting some insistence on a broader intellectual range. Is that the way you want to keep it, or do you want to have a whole separate faculty of journalism that will be along a more traditional mode?

Mr. Lee: No. We would like to stay within what we are working. It is a deliberate decision that we would offer a major, as in any other liberal arts major. Essentially you can major in journalism, English, or history. We think that allows students to have a broader, diverse liberal arts education. St. Thomas University publishes its goals of a liberal arts education, which are to encourage independent thinking, clear writing, clear thinking, questioning and all these sort of things. It really describes what a journalist is and should be, so we offer some training in teaching them to use technology to tell stories, but it primarily it is to emphasize storytelling in a liberal arts education.

appartiennent à la famille Irving, et le fait qu'il y ait un monopole dans les médias, ne signifie pas nécessairement que les journaux soient mauvais et ne fassent pas du bon journalisme, du véritable journalisme. Partout où j'ai travaillé, nous passions par des périodes où nous avions un bon journal et d'autres où le journal était moins bon. Nous avons eu un bon journal pendant quelque temps, avec le *Telegraph-Journal*, lorsque j'y étais. Je ne dis pas que c'est le seul moment où le *Telegraph-Journal* était bon, mais lorsque j'y étais, nous avions un bon journal et les propriétaires étaient de bons propriétaires. En outre, lorsque nous sommes allés à Rideau Hall avec Neil Reynolds, l'une des choses qu'il y a dites était que J.K. Irving avait été un excellent propriétaire à tous égards, qu'il l'avait appuyé, et qu'il nous avait appuyés dans notre travail. Nous ne les frottons pas toujours dans le sens du poil, mais je pense qu'à l'époque il se passait quelque chose de bien, et que nous avons fait du bon journalisme.

Le sénateur Munson : Le temps nous manque, mais je voulais me dire d'accord avec vous au sujet du manque de couverture du Nouveau-Brunswick dans les nouvelles nationales. Je sais que c'est agréable de rester assis à Halifax et j'ai moi aussi été coupable de cela. Je crois que CTV, Global et la SRC devraient avoir des correspondants nationaux basés au Nouveau-Brunswick. Je crois aussi que l'on ne peut pas retourner à l'époque de Lionel Television et de the Home of the Lobster que mes grands-parents avaient coutume de regarder à Baie Verte. ATV est une bonne organisation d'information, mais j'aimerais qu'il y ait une entité distincte au Nouveau-Brunswick. Je conviens aussi avec vous que les coupures aux programmes régionaux de la SRC sont horribles, car j'étais au jury des prix de journalisme de l'Atlantique il y a dix ans et les autres juges étaient la station CBC Fredericton, la station CBC Halifax et la station CBC St. John's. Il se faisait alors un excellent journalisme documentaire et d'enquête. Voilà ce que je tenais à dire publiquement.

La présidente : J'ai été intéressée d'apprendre que votre programme de journalisme consiste, comme vous l'avez dit, en une spécialisation à l'intérieur d'une autre faculté. Cela m'a paru signifier que vos diplômés n'acquerraient pas seulement une formation professionnelle, mais que l'on insiste également sur une culture plus générale. Est-ce que vous souhaitez garder les choses ainsi ou bien visez-vous toute une faculté de journalisme distincte sur le modèle d'une école plus traditionnelle?

M. Lee : Non. Nous aimerions rester dans ce cadre. C'est une décision délibérée d'offrir une spécialisation, comme n'importe quelle autre spécialisation de lettres. En gros, on peut avoir comme spécialisation le journalisme, l'anglais ou l'histoire. Nous avons pensé que cela permet aux étudiants d'acquérir une culture générale plus large. L'Université St. Thomas publie ses objectifs pour une éducation en lettres, et ils sont d'encourager la pensée indépendante, la clarté de l'écriture, la clarté de la réflexion, la mise en question, toute cette sorte de choses. Cet énoncé décrit bien ce qu'est et devrait être un journaliste, et donc nous leur offrons une formation technique sur l'emploi de la technologie pour raconter des histoires, mais nous mettons l'accent principalement sur la qualité de la narration dans une éducation de lettres.

The Chairman: You obviously work very hard to make the students literate, not just in the narrow sense, but in the broad sense. Does your program include making them numerate? It has been my experience that journalists really are not trained in anything involving numbers, from science, to statistics, to business.

Mr. Lee: We need to work on that.

The Chairman: Yes.

Mr. Lee: I would agree that journalists generally decided to go into journalism because they could not do math. At St. Thomas we have changed our liberal arts curriculum in recent years, a couple of years ago. We introduced a mandatory science component now.

The Chairman: They cannot escape it altogether.

Mr. Lee: No. They have to take so many credit hours of science so they cannot just go through taking humanities and social sciences. They have to take science and technology, and also fine arts so they have some artistic literacy as well, so yes, I agree. The things that are often wrong in news stories are numbers.

The Chairman: I speak as one who came out of modern languages and all that stuff, and had to learn the hard way.

Mr. Lee: Yes, I would agree.

The Chairman: On another topic, you talked about noticing when you were working in Irving papers — I guess it was the *Telegraph-Journal* — noticing a tendency to self-censorship in the newsroom, and that certainly rings true. One can recognize that tendency. Was there, or is there, any formal statement by the Irvings, any statement of principles, anything that says anywhere as *The Washington Post* does, for example, that the newspapers will cover the company's other interests in exactly the same way they cover the rest of the world? They will not give any special favour to them.

Mr. Lee: Not that I ever heard. I think that was one of the difficulties perhaps. When I talk about self-censorship, I really encountered it when I first came to the Irving papers. The senior editors there censored themselves.

When Neil Reynolds came and transformed things for us all, that was a big relief in a way that he said, "We are doing journalism. Our loyalty is to the story and getting the story right, and that is what we are here for." I think one of the difficulties always was that the owners were hesitant to become involved in the papers at all. There was never really a clear direction that this is the kind of paper we want. If you own a paper, you can create whatever kind of paper you want. Theoretically, they could put out a paper that had only good news stories about Irving companies. No one would buy it, but they could do that. They own it. I think what helped, for example, why *The Washington Post* was great, was you had a publisher/owner who had an editor and said, "This is the kind of paper that I want. Go do it." During the time I was there, there was often a lot of turmoil at the

La présidente : Vous déployez manifestement beaucoup d'efforts pour rendre les étudiants lettrés, pas seulement au sens littéral mais au sens plus large. Est-ce que votre enseignement vise également à leur donner le sens des chiffres? Selon mon expérience, les journalistes ne sont vraiment pas formés à manier les chiffres, que ce soit dans le domaine des statistiques ou de l'économie.

M. Lee : Il nous reste du pain sur la planche à cet égard.

La présidente : Oui.

M. Lee : Je conviens que les journalistes, en général, se lancent dans ce métier parce qu'ils sont mauvais en mathématiques. À St. Thomas, nous avons changé notre programme de lettres il y a quelques années pour y englober un cours de sciences obligatoire.

La présidente : Ils ne peuvent y échapper entièrement.

M. Lee : Non. Ils sont obligés de suivre un certain nombre d'heures de cours de sciences, et ils ne peuvent donc pas être diplômés avec uniquement les sciences humaines. Ils sont obligés de suivre un cours de sciences et de technologie, et aussi de beaux-arts afin qu'ils aient également une certaine éducation artistique; je suis donc d'accord avec vous. Ce qui cloche dans les articles, c'est souvent les chiffres.

La présidente : Moi-même j'ai étudié les langues modernes et ce genre de choses, et j'ai dû apprendre sur le tas, péniblement.

M. Lee : Oui, je suis d'accord.

La présidente : Sur un autre sujet, vous avez dit avoir remarqué, lorsque vous travailliez dans les journaux d'Irving — je crois que c'était dans le *Telegraph-Journal* — une tendance à l'autocensure dans la rédaction et cela sonne certainement vrai. C'est une tendance qui se voit. Est-ce qu'il y avait un énoncé formel de la part des Irvings, une déclaration de principes, du genre de celle du *Washington Post*, disant, par exemple, que le journal couvrira les autres intérêts du groupe exactement de la même façon qu'il couvre le restant du monde, qu'aucune faveur spéciale ne sera accordée.

M. Lee : Pas à ma connaissance. C'était peut-être l'une des difficultés. Lorsque je parle d'autocensure, je l'ai réellement rencontrée à mon arrivée dans les journaux Irving. Les rédacteurs principaux se censuraient eux-mêmes.

Lorsque Neil Reynolds est arrivé et a transformé les choses pour nous tous, cela a été un grand soulagement qu'il nous dise : « Nous sommes là pour faire du journalisme. Notre loyauté va à l'information que nous devons transmettre avec exactitude et nous sommes ici pour cela ». Je crois que l'une des difficultés était que les propriétaires hésitaient à intervenir le moins dans les journaux. Il n'y avait jamais eu d'instructions claires disant : Voilà le genre de journal que nous voulons. Si vous êtes propriétaire d'un journal, vous pouvez créer le genre de journal que vous voulez. Théoriquement, ils pourraient publier un journal qui ne dirait que des choses gentilles sur les sociétés Irving. Personne ne l'achèterait, mais ils pourraient le faire. Ils sont les propriétaires. Je pense que ce qui a aidé, par exemple, pourquoi le *Washington Post* était un si bon journal, était que vous aviez un

publisher level, a revolving door with a lot of different people in there, and a lot of different messages about what kind of paper we were supposed to be producing. One of the advantages of perhaps having Jamie Irving at the *Telegraph-Journal* now is that there will be a clear direction that, "This is the kind of paper I want you to put out. This is the paper that we want to do."

The Chairman: Often when there are revolving doors in the publisher's office, it is a signal that the financial end of things is not going as the owners would wish. You were there in the Neil Reynolds era. He was the editor, not the publisher. Neil Reynolds is one of the most famous editors of the century in Canada. Journalists have followed his career with awe and admiration but do you know what happened to circulation in those years?

Mr. Lee: I can tell you what I know. Someone else may say I have the numbers wrong.

The Chairman: Yes.

Mr. Lee: I do not know what precise numbers there are. I know the circulation went up during his time, when we were there. We were aggressively selling circulation, and we were trying to push it into rural communities and rural routes that had not been open before. I know that circulation went up and I would say that in terms of the numbers of papers being sold, and the number of readers, it was significantly higher than it is now.

The Chairman: Were you ever in a position to know whether the papers profitability improved, stabilized or declined?

Mr. Lee: That question would probably be better for somebody else. That would be beyond my area. I do know that having seen circulation numbers, it was a period of circulation increase. I can say too that there was a huge response from people in the province to what we were doing. People looked forward to getting the paper. They were excited about the paper.

The Chairman: That is, of course, the object.

Mr. Lee: That is the whole thing right there.

The Chairman: It is, for any working journalist.

Mr. Lee: You want to be read. You want people to be looking forward to your material. We did some interesting things in those days. They were good times.

Senator Munson: I want to ask you about cross-media ownership and the diversity of news that Canadians are getting. Do you have views on cross-media ownership? For example, in Vancouver, CanWest owns almost everything. Concentration comes in different forms.

Mr. Lee: Yes, globally, we see it with CNN, Time Warner and Disney.

éditeur/propriétaire qui avait un rédacteur en chef et lui disait : « Voilà le genre de journal que je veux. Réalise-le ». Pendant que j'étais là, il y avait souvent beaucoup de tumulte au niveau de l'éditeur, avec un défilé de responsables successifs et toutes sortes de messages différents quant au type de journal que nous étions censés produire. L'un des avantages d'avoir aujourd'hui Jamie Irving à la tête du *Telegraph-Journal* sera peut-être qu'il imprimera une direction claire en disant : « Voilà le genre de journal que je vous demande de fabriquer, voilà le journal que nous voulons ».

La présidente : Souvent, lorsqu'il y a un défilé dans le bureau de l'éditeur, c'est le signe que le côté financier des choses ne marche pas aussi bien que les propriétaires le souhaiteraient. Vous étiez là à l'époque de Neil Reynolds. Il était le rédacteur en chef, pas l'éditeur. Neil Reynolds est l'un des rédacteurs en chef les plus célèbres de ce siècle au Canada. Les journalistes ont suivi sa carrière avec respect et admiration, mais savez-vous ce qu'il est advenu du tirage pendant ces années?

M. Lee : Je peux vous dire ce que je sais. Quelqu'un d'autre pourra dire que mes chiffres sont erronés.

La présidente : Oui.

M. Lee : Je ne connais pas les chiffres précis. Je sais que la diffusion a augmenté pendant qu'il était aux commandes, lorsque j'étais là. Nous faisions une promotion agressive et nous cherchions à augmenter la diffusion dans les collectivités rurales, en ouvrant des circuits de diffusion ruraux. Je sais que le tirage a augmenté et, du point de vue du nombre de journaux vendus et du nombre de lecteurs, le chiffre était sensiblement plus élevé qu'aujourd'hui.

La présidente : Avez-vous jamais su si la rentabilité des journaux a augmenté, stagné ou baissé?

M. Lee : Il vaudrait mieux poser la question à quelqu'un d'autre. C'est en dehors de mon domaine. Je sais, pour avoir vu les chiffres, que les tirages ont augmenté pendant cette période. Je peux dire également que la population de la province a très bien réagi à ce que nous faisions. Les lecteurs étaient impatients de recevoir le journal. Ils lui portaient beaucoup d'intérêt.

La présidente : C'est évidemment le but recherché.

M. Lee : C'est toute la raison d'être.

La présidente : Oui, pour n'importe quel journaliste en activité.

M. Lee : On veut être lu. On veut que les gens attendent ces articles. Nous faisions des choses intéressantes en ce temps-là. C'était une bonne époque.

Le sénateur Munson : J'aimerais parler de la propriété croisée des médias et de la diversité de l'information que les Canadiens obtiennent. Avez-vous des idées sur la propriété croisée des médias? Par exemple, à Vancouver, CanWest a la mainmise sur pratiquement tout. La concentration peut prendre différentes formes.

M. Lee : Oui, à l'échelle mondiale, on le voit avec CNN, Time Warner et Disney.

It is difficult in the sense that if you have a variety of different media sources all preaching the same message, it can influence what people think are important. I was thinking more about Time Warner. If Harry Potter is on the cover of *Time Magazine*, and then it is the top story on CNN, and suddenly they are telling you this is what we should be most interested in that is happening in current affairs right now, it certainly can influence the public debate, I think.

Diversity of voices is important, and when you get cross-ownership it becomes even more critical because it hits you from different angles.

The Chairman: Thanks very much. If we had more time I would have come back at you about who will actually provide the news that all the electronic sources are supposed to be feeding us but that is maybe for another day.

It has been extremely interesting. Thanks a very great deal.

Senators, we are pleased now to welcome Ms. Jackie Webster, who is a long-time journalist both in national media and in New Brunswick media.

Please proceed.

Ms. Jackie Webster, as an individual: I think everything I have to say you will have already heard.

The Chairman: Perhaps you could give us a brief description of the main points that you would like to focus on, and then we can ask you some questions.

Ms. Webster: It is a pleasure to welcome you here to New Brunswick. Before we start, I brought a memento to the members, from Fredericton. Since you were not going to Fredericton, I thought I would bring you a little something.

The Chairman: This is not a brown paper envelope full of cash?

Ms. Webster: No, no.

Senator Munson: You should not have.

Ms. Webster: You come to the cottage at Youghall Beach this summer, and I will tell you things I am not allowed to say.

The Chairman: This is a photograph.

Ms. Webster: It is a memento of Fredericton. It is a national historic site in downtown Fredericton. Unfortunately, it is not one you are likely to see in the local dailies. It is owned by the Irvings. I just thought I might mention that. You are welcome to take that with you.

The Chairman: Thank you.

Ms. Webster: We have had quite a good time with that.

I am welcoming you to New Brunswick. I do wish you could have come to Fredericton, but since you cannot, it is nice to see you here.

I had to make some notes because I tend to get carried away. I have said this: I congratulate you on the task you have undertaken and wish you well. I am here to offer my

C'est difficile en ce sens que si vous avez une diversité de médias qui prêchent tous le même message, cela peut influencer ce que les gens vont juger important. Je songeais davantage à Time Warner. Si Harry Potter fait la couverture du *Time Magazine*, et ensuite est le grand sujet sur CNN et que l'on dit que c'est cela l'événement d'actualité le plus intéressant du moment, cela peut certainement influencer le débat public, à mon avis.

La diversité des voix est importante et d'autant plus lorsque vous avez la propriété croisée qui fait que le même message vous arrive de directions différentes.

La présidente : Merci beaucoup. Si nous avions plus de temps, je vous demanderais qui va fournir les nouvelles dont toutes les sources électroniques sont censées nous abreuver, mais ce sera le sujet pour un autre jour.

Cela a été extrêmement intéressant. Merci infiniment.

Collègues, nous avons le plaisir d'accueillir Mme Jackie Webster, qui est journaliste de longue date et a travaillé dans les médias tant nationaux que ceux du Nouveau-Brunswick.

Vous avez la parole.

Mme Jackie Webster, témoignage à titre personnel : Je pense que vous aurez déjà entendu tout ce que j'ai à dire.

La présidente : Peut-être pourriez-vous nous faire une brève description des principaux points sur lesquels vous aimeriez vous concentrer, et nous pourrions ensuite vous poser que quelques questions.

Mme Webster : C'est un plaisir de vous accueillir ici au Nouveau-Brunswick. Avant de commencer, je vous ai apporté un souvenir de Fredericton. Puisque vous n'allez pas à Fredericton, j'ai pensé vous apporter un petit quelque chose.

La présidente : Ce n'est pas une enveloppe brune remplie de billets de banque?

Mme Webster : Non, non.

Le sénateur Munson : Vous n'auriez pas dû.

Mme Webster : Venez à mon chalet de Youghall Beach cet été et je vous raconterai des choses que je ne suis pas autorisée à dire.

La présidente : C'est une photo.

Mme Webster : C'est un souvenir de Fredericton. C'est un site historique national au centre-ville de Fredericton. Malheureusement, vous n'êtes pas susceptibles de le voir dans les quotidiens locaux. Il appartient au Irving. Je pensais simplement le mentionner. Je vous l'offre.

La présidente : Merci .

Mme Webster : Nous nous sommes pas mal amusés avec cela.

Je vous souhaite la bienvenue au Nouveau-Brunswick. J'aurais souhaité que vous veniez à Fredericton, mais puisque vous ne le pouvez pas, c'est un plaisir que de vous rencontrer ici.

J'ai dû prendre quelques notes, car j'ai tendance à me laisser emporter. J'ai écrit ceci : je vous félicite d'avoir entrepris cette tâche et vous souhaite bonne chance. Je suis là pour vous offrir

perceptions of the one facet of your wide mandate on which I am well versed, the concentration of English language print media in New Brunswick in the hands of one family. You have heard that over a hundred times, I am sure, or you will before it is over but it is a serious matter.

The first thing I came upon in your interim report was this. It says:

No real democracy can function without healthy, diverse and independent news media to inform people about the way their society works, what is going well and, perhaps most important, what is not going well or needs to be improved.

That is the whole point of what I would like to say here today as my message: unfortunately in New Brunswick we do not have an independent media except for the CBC. When you have all the English language dailies in the hands of one family, and all the weeklies except three little tiny ones in the hands of one family, and the last one or two that are still independent are on their last legs, well then you cannot have an independent press. I would like to address that a bit. I do not know if there is anything you can do about it or not, but I have some suggestions.

At the outset, when I say how concerned I am about that concentration in one family, bear in mind I have no vendetta whatever against that family. There is a corporate entity and there are persons in it. Some of those people in that family are good friends of mine, in particular, Jamie Irving, the new publisher. He is a fine young man, and I am hoping he will do well. He is very sanguine. He thinks he will do well, but some of us who have been at this an awful longer than Jamie Irving, know full well, that he will not go very far in getting beyond what the Irvings consider proper coverage.

They operate all by themselves. Best to say that New Brunswick is a fiefdom of the Irvings, no question about it. When you have one corporate family with in excess of 300 companies, and all the English language media, and \$4 billion in assets and a ranking of one-hundred sixteenth in the ranking of the wealthiest people in the world, those people, of necessity, are going to be an entity unto their own. They are not going to brook questions, criticism, or what have you, from the likes of these little journalism people who come along and ask questions. It just is not in the cards.

I had better get back to this, or I will get carried away.

When I speak of the Irvings, it does not mean family members, but rather the giant corporate empire and all its facets, all those companies and so on. I think that the newspapers are not one of their most profitable enterprises. As a matter of fact, some of their family members have said that, "I do not know why we have those newspapers. We make our money in forests and trees, and so on."

mes opinions sur un aspect de votre large mandat que je connais très bien, la concentration de la presse écrite de langue anglaise au Nouveau-Brunswick aux mains d'une seule famille. On vous en aura rebattu les oreilles des centaines de fois, j'en suis sûre, ou bien ce sera le cas avant votre départ, mais c'est une affaire sérieuse.

La première chose qui m'a accroché le regard dans votre rapport provisoire était celle-ci :

Nulle démocratie véritable ne peut fonctionner sans des médias d'information vigoureux, divers et indépendants qui puissent informer le public sur le fonctionnement de la société, sur ce qui va bien et, peut-être surtout, ce qui ne va pas bien ou doit être amélioré.

Cela résume très bien tout le message que je veux vous transmettre aujourd'hui : malheureusement, au Nouveau-Brunswick, nous n'avons pas de médias indépendants exceptée la SRC. Lorsque tous les quotidiens de langue anglaise sont aux mains d'une seule famille, et tous les hebdomadaires exceptés trois tout petits aux mains d'une même famille, et que les deux derniers encore indépendants ne tiennent plus qu'à peine debout, alors, vous n'avez pas de presse indépendante. J'aimerais m'attarder un peu là-dessus. Je ne sais pas si vous pouvez apporter le moindre remède, mais j'ai quelques suggestions.

Pour commencer, lorsque je me dis préoccupée au sujet de la concentration aux mains d'une même famille, sachez que je ne poursuis nulle vendetta contre cette dernière. Il existe une société commerciale et elle est composée de personnes. Certains des membres de cette famille sont de bons amis à moi, en particulier Jamie Irving, le nouvel éditeur. C'est un jeune homme remarquable et je lui souhaite beaucoup de succès. Il est très dynamique. Il pense qu'il va réussir très bien, mais ceux d'entre nous qui sont là depuis beaucoup plus longtemps que Jamie Irving savent très bien qu'il n'ira pas très loin au-delà de ce que les Irving jugent être une couverture convenable.

Ils se serrent les coudes. Autant dire que le Nouveau-Brunswick est le fief des Irving, cela ne fait aucun doute. Lorsque vous avez une famille à la tête d'un groupe de 300 sociétés, comprenant tous les médias de langue anglaise, un patrimoine de 4 milliards de dollars et que vous arrivez à la 116^e place du classement des gens les plus riches du monde, cette famille, forcément, va constituer une entité à part. Ils ne vont pas tolérer les questions, les critiques ou ce que vous voudrez de la part de ces petites journaliers qui veulent mettre le nez dans leurs affaires. C'est tout simplement exclu.

Il vaut mieux que je revienne à mes notes sinon je vais me laisser emporter.

Lorsque je parle des Irving, je n'entends pas les membres de la famille, mais plutôt l'empire commercial et toutes ses facettes, toutes les sociétés de ce groupe. Je crois que les journaux ne sont pas parmi leurs entreprises les plus profitables. De fait, certains membres de la famille ont même déclaré : « Je ne sais pas pourquoi nous possédons ces journaux. Nous gagnons notre argent dans les forêts et les arbres, etc. ».

However, they keep them and expand them, and I think somewhere along the line it has been borne out that as A.J. Liebling said a great many years ago, The only way to have freedom of the press is to own it. That is what we have in New Brunswick.

In all those properties, no matter how they acquired the newspapers, they have them, and the question of your committee is: Is New Brunswick well served by this monopoly? I submit that it is not.

True, media concentration is an international phenomenon. However, in every case of such concentration, except in New Brunswick, the owners are public companies, with annual reports there for the reading. Not so the Irvings. Theirs is a private company or companies, and how they conduct their affairs is something between themselves and God.

Investigative journalism is an honourable profession, and no newspaper worth its salt is without one or several investigative journalists. They know where to look and what to look for. They hear rumours and follow them up. With more than 300 Irving companies and a host of rumours about their management style, an investigative journalist could have a field day in New Brunswick, but to what end? Their efforts will not see the light of day in the English language media.

Who can fault the owners? It is ingenuous to suggest that they hire people to tear down their structure. It does not make sense, so the answer is somewhere along the line, we must have alternate press. That is the only answer because they are not going to change, and New Brunswick is certainly not being well served.

Speaking of investigative journalism, I have spoken well of Jamie Irving. I think very highly of him and Bob Jones. In speaking of investigative journalists in New Brunswick, Bob Jones is one who works with CBC and does excellent investigative work. Given the financial strictures that bedevil the CBC, he has done excellent work.

He recently explored the question of heating oil prices in New Brunswick, which are considerably higher than in Newfoundland, Prince Edward Island, and Maine. The Irvings, who provide much of that competing oil, were outraged, I am told. Complaints have been lodged, umbrage expressed. The message to those who might challenge: "Do not mess with the Irvings." They have made great fuss about this. Bob Jones sticks by his facts. The CBC will have to verify and do all the time consuming work necessary to prove him right, and the Irving lawyers have a lot more money than the CBC.

There is a wealth of anecdotal information about the newspapers and their various shortcomings. A recitation could keep us here all day, but I may be permitted one. Questions were raised in the media outside New Brunswick about the ethics of then federal minister Allan Rock visiting the famed Irving fishing camp. The Irvings responded that there was no breach of ethics there. Allan Rock was just a family friend and the visit was strictly social.

Cependant, ils les gardent et les agrandissent et d'une manière ou d'une autre s'est avérée la phrase d'A.J. Liebling prononcée il y a bien longtemps : « La seule façon d'avoir la liberté de la presse, c'est de la posséder. ». C'est ce que nous avons au Nouveau-Brunswick.

Au milieu de tous ces biens, peu importe comment ils ont acquis les journaux, ils les possèdent et la question que pose votre comité est celle-ci : le Nouveau-Brunswick est-il bien servi par ce monopole? Je réponds que non.

Certes, la concentration des médias est un phénomène international. Cependant, partout où il y a une telle concentration, sauf au Nouveau-Brunswick, les propriétaires sont des sociétés cotées en bourse obligées de publier des rapports annuels. Ce n'est pas le cas des Irving. Dans leur cas, il s'agit de sociétés fermées et seuls eux-mêmes et Dieu savent ce qui s'y passe.

Le journalisme d'enquête est une profession honorable et tous les journaux dignes de ce nom en emploient un ou plusieurs. Ces journalistes savent quoi chercher et où. Ils entendent des rumeurs et les vérifient. Avec plus de 300 sociétés Irving et une foule de rumeurs concernant leur style de gestion, un journaliste d'investigation pourrait faire une riche récolte au Nouveau-Brunswick, mais pour quoi faire? Le fruit de ses efforts ne verra jamais le jour dans les médias de langue anglaise.

Qui peut blâmer les propriétaires? Peut-on vraiment escompter qu'ils vont embaucher des gens pour démolir leur structure? Cela n'aurait pas de sens et donc la réponse inéluctable c'est qu'il faut avoir une presse alternative. C'est la seule solution car eux ne vont pas changer et le Nouveau-Brunswick n'est certainement pas bien servi.

Parlant de journalisme d'investigation, j'ai tenu des propos élogieux sur Jamie Irving. J'ai une excellente opinion de lui et de Bob Jones. Parlant de journalistes enquêteurs au Nouveau-Brunswick, Bob Jones en est un qui travaille avec la SRC et fait de l'excellent travail d'enquête. Vu les contraintes financières qui entravent la SRC, il fait un excellent travail.

Il a récemment exploré la question du prix du mazout au Nouveau-Brunswick, qui est considérablement plus élevé qu'à Terre-Neuve, dans l'Île-du-Prince-Édouard et dans le Maine. Les Irving, qui possèdent une grande partie de ce mazout concurrent, étaient furieux, me dit-on. Des plaintes ont été déposées, des doléances exprimées. Le message pour les curieux : « Ne vous frottez pas aux Irving ». Ils en ont fait toute une affaire. Bob Jones maintient ses affirmations. La SRC va devoir vérifier et faire tout le long travail nécessaire pour prouver ce qu'il avance et les avocats d'Irving ont beaucoup plus d'argent que la SRC.

Il y a toute une pléthore de renseignements anecdotiques sur les journaux et leurs insuffisances. Il nous faudrait toute la journée pour en dresser une liste, mais je citerais juste un exemple. Les médias en dehors du Nouveau-Brunswick se sont interrogés sur la déontologie de la visite du ministre fédéral Allan Rock au fameux camp de pêche de la famille Irving. Les Irving ont répondu qu'il n'y avait pas là de manquement à la déontologie. Allan Rock était juste un ami de la famille et la visite était purement mondaine.

Later, on November 21, 2002, at a joint meeting he chaired with other cabinet ministers, Mr. Rock presented an incentive plan to aid struggling shipbuilders, of which the Irvings are the largest in Canada. In June of 2003, the Department of Industry gave the Irvings a \$55-million grant to help convert an idle shipyard in Saint John for other uses. On October 16, Robert Fife put a story in the *Ottawa Citizen* with this headline, "Rock disregarded ethics ruling to advance Irvings' cause."

There may or may not be a story there, but we are not going to hear it in New Brunswick if there is. This is the sort of thing where we are indeed short-changed.

It is true that many other cities in Canada are served by one newspaper, but I suggest that whether it be CanWest or some other conglomerate that publishes those newspapers, the owners do not have the same relationship with that particular province, as the Irvings do with New Brunswick. CanWest does not have 300 or more companies operating within say, Saskatchewan, that are out of bounds to journalistic inquiry.

No matter that there are other worlds of communication out there at our finger tips, New Brunswick is deprived of in-depth local news, of which there is a dearth. We never really know the inside story of labour disputes, strikes, mill closures, lay-offs, firings, management practices and things such as that. The aggrieved have no public forum, and that is wrong.

That will not change in the present climate. No newspaper tycoon can challenge the Irving monopoly for many reasons. For one, we do not have the population to warrant investment, and who in their right mind would mess with the Irvings?

There was a hope one time long ago that the monopoly might be broken up by government action, in the Kent commission in 1980, which suggested something to that effect. Nothing happened. That hope has long since faded and the Irving media influence has grown stronger.

I have a suggestion. If the federal government has not the means to break up the monopoly, it could do for New Brunswick, what Mr. Rock did for the Irvings. It could provide a subsidy, a grant sufficient to fund an independent newspaper for those areas not well served, as is New Brunswick, much as the CBC is presently funded. It already has a precedent in New Brunswick. Because the French language daily was deemed essential, a trust fund was set up to aid that operation. I suggest an English language daily is equally essential to New Brunswick, and I suggest that whatever steps are required to bring that about should be taken. Such an independent publication would be considerably more worthy of federal funding than a \$55 million handout to a corporation rated as one-hundred-sixteenth wealthiest in the world.

Plus tard, le 21 novembre 2002, lors d'une réunion conjointe avec d'autres ministres qu'il présidait, M. Rock a présenté un plan de subventions pour aider les chantiers navals en difficulté, dont les plus importants du Canada appartiennent aux Irving. En juin 2003, le ministère de l'Industrie a accordé aux Irving une subvention de 55 millions de dollars pour la conversion à d'autres usages d'un chantier naval à l'arrêt à Saint John. Le 16 octobre, Robert Fife a publié dans l'*Ottawa Citizen* un article portant ce titre : « Rock est passé outre à un jugement sur la déontologie pour favoriser la cause des Irving ».

Il peut y avoir là ou non un sujet d'information, mais on n'en entendra pas parler au Nouveau-Brunswick, même si c'est le cas. Voilà le genre de choses qui fait certainement défaut chez nous.

Il est vrai que beaucoup d'autres villes canadiennes sont desservies par un seul journal, mais qu'il s'agisse de CanWest ou de quelque autre conglomérat qui publie ces journaux, les propriétaires n'ont sans doute pas la même mainmise sur la province concernée que les Irving sur le Nouveau-Brunswick. CanWest n'exploite pas 300 sociétés ou plus en Saskatchewan échappant à toute enquête journalistique.

Même s'il existe d'autres modes de communication à la portée de nos doigts, le Nouveau-Brunswick est privé de nouvelles locales approfondies, dont il existe une pénurie. Nous ne savons jamais réellement ce qui se passe à l'intérieur des conflits de travail, des grèves, des fermetures d'usines, des mises à pied, des congédiements, des pratiques de gestion et ce genre de choses. Ceux qui sont lésés n'ont jamais de tribune publique et c'est déplorable.

Cela ne changera pas, dans le climat actuel. Nul baron de presse ne peut contester le monopole d'Irving, pour maintes raisons. Premièrement, nous n'avons pas une population assez importante pour justifier l'investissement et qui, à moins d'avoir perdu la raison, viendrait se frotter aux Irving?

Il y a très longtemps, il y a eu un espoir que le monopole soit brisé par l'action gouvernementale, avec la Commission Kent en 1980, qui préconisait quelque chose de cet ordre. Mais rien n'a été fait. Cet espoir s'est depuis évaporé et l'influence médiatique Irving n'a cessé de grandir.

J'ai une suggestion. Si le gouvernement fédéral n'a pas les moyens de rompre le monopole, il pourrait faire pour le Nouveau-Brunswick ce que M. Rock a fait pour les Irving. Il pourrait fournir une subvention, une subvention suffisante pour financer un journal indépendant dans les régions mal desservies comme l'est le Nouveau-Brunswick, un peu de la manière dont la SRC est actuellement financée. Il y a déjà un précédent au Nouveau-Brunswick. Étant donné que le quotidien de langue française a été jugé essentiel, un fonds fiduciaire a été créé pour le soutenir. Je dirais qu'un quotidien de langue anglaise est tout autant nécessaire au Nouveau-Brunswick et je préconise de prendre toute mesure nécessaire pour le faire apparaître. Une telle publication indépendante mériterait beaucoup plus un financement fédéral que la prébende de 55 millions de dollars versée à une société classée au 116^e rang des plus riches du monde.

Senator Trenholme Counsell: It is wonderful to be here, Ms. Webster. I was one that insisted we at least urge you to come. I remember the days when on the page opposite the editorial page you were in the centre and Dalton Camp was on the right. Those were great days for journalism in New Brunswick. I can still see those pages. We see your name occasionally, but not enough, and of course we have great memories of Mr. Camp.

I want you to speak a little bit about women in journalism because we have talked amongst ourselves about this. We did have the very fine example of Ms. Dennis in Halifax being the publisher of a paper, but mind you it is her family's paper so it is easier for her than it has ever been for you.

I would like you to comment on the situation in New Brunswick more generally.

However, I wanted to ask you a very specific question because I know how sharp you are. What was your reaction when Brunswick News, or whomever on the scene, bought the little paper that was on the streets of Saint John. Was it called *Here*?

Ms. Webster: *Here*.

Senator Trenholme Counsell: What about in Moncton?

Ms. Webster: *Here*.

Senator Trenholme Counsell: They have both been bought?

Ms. Webster: They bought the one in Fredericton as well.

Senator Trenholme Counsell: How do you react to that?

Ms. Webster: I react very strongly for a number of reasons. One is that they had good writers. All of them had very good writers.

Senator Trenholme Counsell: These three distributions, or alternative —

Ms. Webster: Yes, they were little alternative papers and they did a great job. They had good writers. What happened was, first, the Irvings have the economic power to stress little publications like that, as they did with one of the weeklies in Woodstock. They wanted that paper and they got it eventually. The then owner said he simply could not struggle everyday against the kind of competition they were pushing at him, so he sold it to them.

With little *Here*, those three newspapers could not stand up so the Irvings bought them in each case. Then, the minute they had them they presented them with the same kind of contract that took Dalton Camp and me out of the Irving newspapers.

To write for the Irvings you must sign an absolutely Draconian contract. For instance, everything they own belongs to the Irvings. There is a little bit in the contract that was interesting. It

Le sénateur Trenholme Counsell : Il est merveilleux d'être ici, madame Webster. J'étais l'une de celles qui ont insisté pour que nous vous exhortions à comparaître. Je me souviens de l'époque où sur la page opposée aux éditoriaux, votre chronique était au centre et celle de Dalton Camp à droite. C'était une grande époque pour le journalisme au Nouveau-Brunswick. Je revois encore cette page. Nous voyons votre nom occasionnellement, mais pas assez, et nous avons bien sûr de merveilleux souvenir de M. Camp.

J'aimerais que vous parliez un peu des femmes dans le journalisme car nous en avons parlé entre nous. Nous avons eu le bel exemple de Mme Dennis, à Halifax, éditrice d'un journal, mais il s'agit du journal de sa famille et les choses sont plus faciles pour elle qu'elles ne l'ont jamais été pour vous.

J'aimerais ensuite que vous parliez de la situation au Nouveau-Brunswick de façon plus générale.

Cependant, j'aimerais aussi vous poser une question très précise car je sais combien vous êtes vive. Quelle a été votre réaction lorsque Brunswick News, ou quiconque en est propriétaire, a acheté ce petit journal distribué dans les rues de Saint John. Comment s'appelait-il, *Here*?

Mme Webster : *Here*.

Le sénateur Trenholme Counsell : Et celui de Moncton?

Mme Webster : *Here*.

Le sénateur Trenholme Counsell : Les deux ont été rachetés?

Mme Webster : Ils ont aussi acheté celui de Fredericton.

Le sénateur Trenholme Counsell : Comment réagissez-vous à cela?

Mme Webster : Très mal, pour plusieurs raisons. Premièrement, ils avaient de bonnes plumes. Tous avaient de très bonnes plumes.

Le sénateur Trenholme Counsell : Ces trois distributions, ou journaux alternatifs...

Mme Webster : Oui, c'était de petits journaux alternatifs qui faisaient un excellent travail. Ils avaient de bonnes plumes. Ce qui s'est passé, tout d'abord, c'est que les Irving ont le pouvoir économique de mener la vie dure à des petites publications comme celles-ci, tout comme ils l'ont fait avec l'un des hebdomadaires à Woodstock. Ils voulaient ce journal et ils ont fini par l'avoir. Le propriétaire d'alors a dit qu'il ne pouvait tout simplement plus faire face à la concurrence qu'ils lui opposaient, et il a fini par leur vendre.

Avec le petit *Here*, ces trois journaux n'ont pas pu résister et Irving a fini par les racheter tous. Puis, à la minute où ils en ont été propriétaires, ils ont proposé à leurs journalistes le même genre de contrat qui a poussé Dalton Camp et moi à la porte des journaux Irving.

Pour écrire pour les Irving il faut signer un contrat absolument draconien. Par exemple, toute la propriété intellectuelle appartient aux Irving. Il y avait une petite clause intéressante dans le contrat.

said, the owners can sell it in media now in existence, or which may hereafter be developed.”

The Chairman: Did they say throughout the universe?

Ms. Webster: They did not add that but I presumed that was what they meant.

Of course I would not sign it, nor would Dalton Camp. Seven of us would not sign it, and one of the people, Mr. Pichette, is here today. Seven, I would like to think, of their best writers could not sign, would not sign.

They did the same thing with *Here* and the people who had enough financial autonomy to object would not sign either, so they have lost those people. Little papers are still going but not with the same quality of coverage.

Eventually they will close because they did the same thing in Fredericton. There was a brisk little paper across the river called the *Northside News*, and it was a good little paper and there were good journalists. They bought that and closed it down.

I was dreadfully upset when they bought *Here*, because the young man who was then editor has since gone with the CBC. He landed on his feet, as it were, but you cannot buck it. That is all there is to it, and that is a tragedy.

That it is not going to change so I think, subsidy maybe is not the right word, a newspaper fund should be set up. I know there are all kinds of objection to this but an arm's length funding so a newspaper and alternate newspaper could survive, and could bring on journalists.

As an example, Philip Lee is doing a great job. He is a good editor of the newspaper, and he is turning out all of those journalists. Where are they going to work? They are going to work for the Irving papers, or they are going to leave the province, which is very sad.

It depends on how they feel about that contract. I would not sign their contract. I would not on principle but there is also a very good economic reason. They do not pay very well. I did a column for them every week. I was paid a very small sum, but I sold that column two or three other places, and I made five times as much in all out of that column. It was not worth writing a column like that for just that one publication at what they were willing to pay.

Journalists will come out, but where will they work?

On the matter of women journalists, there are some good ones here in New Brunswick. Maybe the good ones survived. The *Telegraph-Journal* has Lisa Hubley, and Kathy Kaufield, and there is Heather McLaughlin at the *Daily Gleaner*. There are quite a few good ones.

I do not know whether women are disadvantaged. I have never found it so. I was the first woman in the newsroom in Saint John, and I demanded a beat of my own. The then editor got tired of me

Elle disait que « les propriétaires peuvent vendre dans les médias actuellement existants ou ceux pouvant être ultérieurement inventés ».

La présidente : Précisaient-ils dans tout l'univers?

Mme Webster : Non, mais je présume que c'est ce qu'ils entendaient.

Bien entendu, je n'allais pas signer cela, pas plus que Dalton Camp. Sept d'entre nous avons refusé de signer et l'une de ces personnes, M. Pichette, est ici aujourd'hui. Sept de leurs meilleurs journalistes, j'aime le penser, n'ont pas pu signer, n'ont pas voulu signer.

Ils ont fait la même chose avec *Here* et donc ceux qui avaient assez d'autonomie financière pour refuser n'ont pas signé non plus et ils ont donc perdu ces gens-là. Ces petits journaux continuent de publier mais n'ont plus la même qualité de couverture.

Ils finiront par les fermer car ils ont fait la même chose à Fredericton. Il y avait là un petit journal très vivant de l'autre côté de la rivière, appelé *Northside News*, et c'était un bon petit journal avec de bons journalistes. Ils l'ont racheté et l'ont fermé.

J'ai été terriblement fâchée lorsqu'ils ont racheté *Here* car le jeune qui était alors le rédacteur en chef est depuis parti à la SRC. Il a atterri sur ses pieds, en quelque sorte, mais on ne peut lutter. Il n'y a rien d'autre à dire et c'est une tragédie.

Cela ne va pas changer, et peut-être subvention n'est-il pas le mot juste, mais il faudrait créer un fonds journalistique. Je sais qu'il y a toutes sortes d'objections à cela mais il faudrait un mécanisme de financement non interventionniste de façon à ce qu'un journal alternatif puisse survivre et donner leur chance à des journalistes.

Par exemple, Philip Lee fait un excellent travail. Il est un bon rédacteur en chef et il forme tous ces journalistes. Où vont-ils trouver du travail? Ils vont travailler pour les journaux Irving ou bien ils vont quitter la province, ce qui est très triste.

Tout dépend de ce qu'ils pensent du contrat. Moi-même, je ne signerais pas leur contrat. Je refuserais par principe mais il y a aussi de très bonnes raisons économiques. Ils ne paient pas assez bien. Je faisais pour eux une chronique toutes les semaines. On me payait très peu, mais je vendais cette chronique à deux ou trois autres journaux qui me payaient cinq fois plus. Cela ne valait plus la peine d'écrire une chronique comme celle-ci pour juste une publication, au tarif qu'ils offraient.

Des journalistes vont être formés, mais où vont-ils travailler?

Pour ce qui est des journalistes femmes, il y en a quelques bonnes, ici, au Nouveau-Brunswick. Peut-être les bonnes ont-elles survécu. Le *Telegraph-Journal* a Lisa Hubley, et Kathy Kaufield, et il y a aussi Heather McLaughlin au *Daily Gleaner*. Il y en a pas mal de bonnes.

Je ne sais pas si les femmes sont défavorisées. Je ne l'ai jamais pensé. J'ai été la première femme dans la salle de presse à Saint John et j'ai demandé qu'on m'attribue mon propre secteur. Le

asking for it and said, "Well, what do you want?" And I said, "What have you got?" He said, "Down at long shore, the waterfront," and I said, "I will take it."

I did the waterfront in Saint John for two years. I had three teenage daughters, and during that time when people asked them what their mother did, they said she worked at the boats.

Senator Trenholme Counsell: We have heard a lot about the other papers, but going back to *Here*, why would the owner sell that? Was it because the price was so good, they could not say no. I would have thought that someone who is so idealistic — and I do not know the person at all, I have no idea who was publishing it — would have had a "not for sale" sign on it.

Ms. Webster: Economic strictures: They go after their advertisers. One of the lines they have used, and I know this to be so because I know an advertising manager who must do this exercise, is go to the advertisers. First of all they say, you can advertise with us for much less. They point out that if this little paper folds, as eventually it will, they will not take them on as advertisers.

That threat, I have been told, was an idle threat, because the ad man who talked to me said they are not going to turn down money. Nevertheless it scares people off so when the paper's advertising dries up and they do not have independent means, they have no choice but to sell it. They really have no choice.

Senator Trenholme Counsell: Through all the years with Dalton, I know that you knew the situation very well. You are suggesting that an independent paper come in. Has that been actively pursued at any time recently in the last decade or two, or is it just your idea and your belief that it should happen?

Ms. Webster: That is my belief of what should happen, and it has never been explored. I have several friends who are wealthy. I am not, but they are. I suggested, why do you not do something good and invest here in New Brunswick, because they are people who have roots here in New Brunswick. They have given it some thought, but they concluded it is throwing money down a rathole. Eventually they will drive us out.

All they have to do is lower their advertising, and they can do it. I think they could make life so miserable for a paper unless it is government-funded or funded in some manner that is consistent and steady, and it is going to stay there for a long enough term so that it gets on its feet and can fight these people.

I hate saying "these people," because as you know, I have friends in the Irving family of whom I am very fond. However, friends are one thing and the Irving empire is another.

rédacteur en chef d'alors a fini par se fatiguer de mon insistance et m'a dit « Bon, alors que veux-tu? » Et j'ai répondu « Qu'est-ce que tu me proposes? » Il m'a dit « Le port, les docks », et j'ai dit « Je prends ».

J'ai donc couvert le port à Saint John pendant deux ans. J'avais trois filles adolescentes et à cette époque, lorsque les gens leur demandaient ce que faisait leur mère, elles répondaient qu'elle « travaillait les bateaux ».

Le sénateur Trenholme Counsell : On nous a beaucoup parlé des autres journaux, mais pour en revenir à *Here*, pourquoi le propriétaire le vendrait-il? Était-ce parce que le prix était tellement bon qu'il ne pouvait pas refuser? J'aurais pensé que quelqu'un de tellement idéaliste — je ne connais pas du tout cette personne, je ne sais pas qui éditait ce journal — aurait placé en devanture un écriteau « Pas à vendre ».

Mme Webster : Des contraintes économiques : Ils s'en prennent à leurs annonceurs. L'un des arguments qu'ils utilisent, et je sais que c'est vrai car je connais un gestionnaire de la publicité qui doit passer par là, consiste à aller voir les annonceurs. Tout d'abord, ils leur disent qu'ils peuvent faire de la publicité chez eux pour beaucoup moins cher. Ensuite, ils font remarquer que si ce petit journal s'écroule, comme il finira par le faire, ils refuseront de passer ces annonces.

Cette menace, m'a-t-on dit, est creuse car ce publicitaire qui m'a parlé disait qu'ils n'allaient pas refuser cet argent. Néanmoins, cela fait peur aux gens, si bien que lorsque le journal voit ses recettes publicitaires tarir, s'il n'a pas de moyens autres, il n'a d'autre choix que de vendre. Il n'a vraiment plus de choix.

Le sénateur Trenholme Counsell : Pendant toutes ces années où vous travailliez avec Dalton, je sais que vous connaissiez très bien la situation. Vous préconisez la création d'un journal indépendant. Est-ce quelqu'un a activement tenté de le faire au cours des 10 ou 20 dernières années, ou bien est-ce juste votre idée et votre croyance que c'est cela qu'il faudrait?

Mme Webster : C'est ce que je crois nécessaire et cela n'a jamais été tenté. J'ai plusieurs amis qui sont riches. Moi je ne le suis pas, mais eux le sont. Je leur ai dit, pourquoi ne pas faire quelque chose de bien et investir ici au Nouveau-Brunswick, car ce sont des gens qui ont des racines au Nouveau-Brunswick. Ils y ont un peu réfléchi, mais ont conclu que ce serait jeter l'argent par les fenêtres car ces gens-là finiraient par avoir leur peau.

Il leur suffit de baisser leurs tarifs publicitaires et ils peuvent se le permettre. Je crois qu'ils pourraient rendre la vie tellement difficile à un journal, à moins que celui-ci soit financé par le gouvernement ou d'une manière solide et régulière assez longtemps pour qu'il puisse prendre pied et se battre contre ces gens.

Je déteste dire « ces gens », car, comme vous le savez, j'ai des amis dans la famille Irving que j'aime beaucoup. Cependant, les amis sont une chose et l'empire Irving en est une autre.

The Chairman: A corporation, as you say, may be populated by individuals, but it has its own existence. What you describe in terms of advertising tactics sounds to me like predatory pricing. Is that what you are talking about?

Ms. Webster: Yes.

The Chairman: If you have evidence or names that you could provide to this committee, either now or later by communicating with the clerk, that would be important for us to have. What you say before a Senate committee is protected, but it is very difficult for us to pursue something when we do not have more factual evidence to go on. If you can provide us with some, that would be very helpful.

Ms. Webster: I have one friend who was sorry that he had to do something else, and could not come with me this morning. He is one of the people who did work for the Irving corporation, and sold ads for them, and he has given me this information. I feel sure he would be prepared to back it up. When I go back to Fredericton, I will contact him immediately and tell him what has been said, and then I will contact you people and let you know if he is willing to do that. I hope he is. I cannot see why he would not be, because I know he feels very strongly about it.

Senator Munson: Are the contracts that you call Draconian still there today, in 2005?

Ms. Webster: They are still there.

Senator Munson: What is in them? What do they say?

Ms. Webster: I cannot remember it now, but the main thing is that they own everything, and they can sell the product, now or forever, and make any use of it they wish. I should have brought the contract with me because I have one somewhere.

Senator Munson: So you are not allowed —

Mr. Robert Pichette, As an individual: May I refresh your memory, Jackie?

Ms. Webster: Oh, yes. Robert Pichette would have the same contract.

Senator Munson: This is New Brunswick.

[Translation]

The Chairman: You are?

Mr. Pichette: I am a retired public servant.

Senator Trenholme Counsell: A man of Lord Callaway.

Mr. Pichette: We were colleagues at the *Telegraph Journal* and the *Globe and Mail* also.

[English]

Jackie is referring to the infamous clause 9 of that contract, which is forever etched in my mind. She is right, seven out of 11 columnists refused to sign that. The operating sentence of that contract, which was just one page, was that New Brunswick

La présidente : Une société, comme vous dites, est peut-être peuplée par des individus mais elle a son existence propre. Les tactiques publicitaires que vous décrivez me paraissent ressembler beaucoup à des pratiques prédatrices. Est-ce là ce dont vous parlez?

Mme Webster : Oui.

La présidente : Si vous avez des preuves ou des noms que vous puissiez fournir au comité, soit aujourd'hui soit ultérieurement en communiquant avec le greffier, cela nous serait utile. Ce que vous dites devant un comité sénatorial est protégé, mais il nous est très difficile d'aller plus loin si nous n'avons pas des preuves concrètes. Si vous pouviez nous en fournir, ce serait très utile.

Mme Webster : J'ai un ami qui regrette beaucoup d'avoir été retenu ailleurs et n'a pu m'accompagner ce matin. Il est l'un de ceux qui ont travaillé pour la société Irving et vendaient des espaces publicitaires pour eux et c'est lui qui m'a donné ces renseignements. Je suis sûr qu'il serait prêt à fournir des preuves. À mon retour à Fredericton, j'entrerai en contact avec lui immédiatement et lui relaterai ce qui a été dit et ensuite je vous contacterai et vous ferai savoir s'il est prêt à le faire. J'espère que oui. Je ne vois pas pourquoi il refuserait, car il connaît la force de mes sentiments à ce sujet.

Le sénateur Munson : Est-ce que ces contrats que vous qualifiez de draconiens sont encore pratiqués aujourd'hui, en 2005?

Mme Webster : Oui.

Le sénateur Munson : Que contiennent-ils? Que disent-ils?

Mme Webster : Je ne me souviens plus exactement, mais l'essentiel c'est qu'ils sont propriétaires de pratiquement tout et peuvent vendre le produit, aujourd'hui et à jamais, et en faire tout usage qu'ils veulent. J'aurais dû apporter le contrat avec moi, car j'en ai gardé copie.

Le sénateur Munson : Vous n'êtes donc pas autorisé...

M. Robert Pichette, témoignage à titre personnel : Puis-je rafraîchir votre mémoire, Jackie?

Mme Webster : Oh, oui. Robert Pichette a eu le même contrat.

Le sénateur Munson : C'est le Nouveau-Brunswick.

[Français]

La présidente : Vous êtes?

M. Pichette : Je suis un fonctionnaire à la retraite.

Senator Trenholme Counsell : Un homme de Lord Callaway.

Mr. Pichette : Nous étions collègues au *Telegraph Journal* et au *Globe and Mail*, également.

[Traduction]

Jackie parle du fameux article 9 de ce contrat, qui est à jamais gravé dans ma mémoire. Elle a raison, sept sur 11 des chroniqueurs ont refusé de signer cela. La phrase cruciale de ce contrat, qui ne faisait qu'une page, était que New Brunswick

News, the corporation, reserves to itself the right to publish whatever we wrote as it saw fit. Obviously, there was a matter of principle here.

Senator Munson: It is the whole copyright? Forever?

Mr. Pichette: No, we were given the copyright, but we could not publish it anywhere else.

Ms. Webster: At the very end, after we had nothing left that was of any use to us, there was a little line which said copyright remains with the writer.

Mr. Pichette: What do we do with it? It is a perishable matter. The last column we wrote it is always the best one but people forget it an hour after having read it. It was not marketable really, but it was that particular clause that upset us and Dalton Camp very much.

Ms. Webster: There were seven of us.

Senator Munson: Do other newspapers across the country have this kind of contract? Do you know of any?

Ms. Webster: No. Other papers that I wrote for, I asked for their contract, and I did get contracts from some of them. They all have contracts one way or the other, and I do a lot for the CBC, and they are much simpler. There are none like that.

Ms. Webster: Thank you for coming to my aid, dear.

The Chairman: You can stay at the table, Mr. Pichette.

Ms. Webster: Do stay because his pitch is much the same as mine. We agree on mostly everything.

Mr. Pichette: Except politics.

Senator Trenholme Counsell: Madam Chair, I was expressing regrets when Mr. Pichette was not going to participate. He said, "I have nothing to say." I suspect it was quite the opposite, "You have too much to say."

Ms. Webster: I have two stories to pass along.

A few years back, we had a great staff at the *Daily Gleaner*, then a really top flight staff. They wanted to form a union. When the word got out, they were fired summarily, the whole crew, one Friday. Of course they all got very good jobs, but they decided to sue their employers. They were journalists that took themselves very seriously and they were dismayed when the action started and they found out that their employer was a tugboat company. They worked for a tugboat company. They were distressed with that.

The other comment is that the Irvings will move if one puts enough pressure on them. Perhaps one of you may remember the occasion. Off Baloney Point in Bathurst, one of their oil tankers went adrift, and wound up on the rocks with 19,000 tonnes, or whatever, of Bunker C fuel oil in the hole. So it sat. The Irvings took the view that it was, "Not our responsibility. The insurance people paid us, and just like a car, they own it." The insurance

News, la société, se réserve le droit de publier à sa guise tout ce que nous écrivions. Manifestement, il y avait là une question de principe en jeu.

Le sénateur Munson : Est-ce tout le droit d'auteur? À jamais?

M. Pichette : Non, nous avions le droit d'auteur, mais nous ne pouvions publier nulle part ailleurs.

Mme Webster : À la toute fin, lorsqu'il ne nous restait plus rien qui puisse nous servir, il y avait une petite ligne disant que le droit d'auteur continuait d'appartenir à l'auteur.

M. Pichette : Mais que pouvions-nous en faire? C'est une denrée périssable. La dernière chronique que nous écrivons est toujours la meilleure, mais les gens l'oublient une heure après l'avoir lue. Ce n'est pas vraiment un bien commercialisable, mais c'est cette clause particulière qui nous a beaucoup fâché, nous et Dalton Camp.

Mme Webster : Nous étions sept.

Le sénateur Munson : Est-ce que d'autres journaux dans le pays ont ce type de clause contractuelle? En connaissez-vous?

Mme Webster : Non. J'ai demandé les contrats des autres journaux pour lesquels j'ai écrit. Tous ces journalistes ont un contrat d'une sorte ou d'une autre, et je travaille beaucoup pour CBC, et ils sont beaucoup plus simples. Il n'y en a aucun de cette sorte.

Mme Webster : Merci d'être venu à mon secours, mon cher.

La présidente : Vous pouvez rester à la table, monsieur Pichette.

Mme Webster : Restez, car ses positions sont presque identiques aux miennes. Nous sommes d'accord sur presque tout.

M. Pichette : Excepté la politique.

Le sénateur Trenholme Counsell : Madame la présidente, j'allais exprimer des regrets lorsque M. Pichette a dit qu'il ne participerait pas. Il disait qu'il n'avait rien à dire. J'ai l'impression que c'est plutôt le contraire : « Vous avez trop à dire ».

Mme Webster : J'ai deux anecdotes à vous raconter.

Il y a quelques années, nous avions un excellent personnel au *Daily Gleaner*, à cette époque la crème de la crème. Ils voulaient former un syndicat. Lorsque cela s'est su, ils ont été mis à la porte sans préavis, tout l'effectif, un vendredi. Bien sûr, ils ont tous trouvé de bons emplois ailleurs, mais ils ont décidé de poursuivre leur employeur. C'était des journalistes qui se prenaient très au sérieux et qui ont été effarés lorsque leur procès a commencé et qu'ils se sont aperçu que leur employeur était une société de remorquage. Ils travaillaient pour une société de remorquage. Cela leur a beaucoup déplu.

L'autre commentaire est que les Irving vont lâcher si on leur met suffisamment de pression. Vous vous souviendrez peut-être de cet incident. Au large de Baloney Point, à Bathurst, l'un de leurs pétroliers a dérivé et s'est échoué sur les rochers avec 19 000 tonnes ou quelque de mazout brut dans ses citernes. Il était immobilisé là. Les Irving ont pris pour position que ce n'était pas de leur responsabilité, que l'assurance les avait payés et que,

companies said, "No, no, no. It does not work like that at all. They own it." There it sat. The fishermen were upset and they made presentations, and there was all kind of action. Nothing happened until a group of us that had worked for the Irvings started a little newspaper. I worked for them, I did not start it. We were old Irving employees, and we decided we would get that thing out of there.

I was instructed every Monday morning to phone the Department of Fisheries, Department of this, Department of that, and every time I got the same story. "We are looking into it." I kept it up, and do you know what? Finally the Irvings said that for a dollar, they would pump it out. It turned out they could not pump it out because it had all solidified but they did burn it out. On an afternoon with some great friends of one of the senators in tow, we all went down and witnessed the burning.

Senator Munson: This is getting awfully close now. Do you want to go out for a beer after, an Alpine?

Ms. Webster: Then we left. They burned it out, but the hulk still sits there. Don Connolly and the rest of us went in different directions, and the hulk is still there. Sometime, when I get old enough to retire, I will go back up there and start up an agitation to get that hulk out of there. I think it could be done.

The Chairman: It sounds to me that if anybody will get it done, it will be you, Ms. Webster.

Senator Munson: A couple of little questions: We heard testimony all morning here, and we probably have to come to some kind of judgment or recommendations after we are done our hearings in the next few weeks or so. However, you said, who in their proper mind would mess with the Irvings? Who in their proper mind would start a new alternative weekly press? Everybody says there is change all the time, but it does not seem that anything in a hundred years from now will change in New Brunswick.

Ms. Webster: No.

Senator Munson: No matter how much people talk here, how much people praise the Irvings, or how angry they are with the Irvings, we can talk all we want, and I have —

Ms. Webster: It is not going to change, and why would it? The only option, as I see it, is to have a funded newspaper; some sort of fund, at arm's length fund. I do not like government regulation anymore than anyone else, but some sort of fund is needed that is there, and can be used — it does not have to be \$55 million, like they got for the shipbuilding — a fund that would maintain a paper, say for five years.

Senator Munson: Journalists always tell us that the last thing they want to see is money from government to be involved in a newspaper. Some people would say, you will be a voice piece for

comme dans le cas d'une voiture, elle était maintenant propriétaire. Les compagnies disaient : « Non, non, non, ça ne marche pas comme cela, c'est eux les propriétaires ». Le navire restait toujours là. Les pêcheurs étaient fâchés, ont fait des interventions et il y avait toutes sortes de démarches. Rien ne s'est passé jusqu'à ce qu'un groupe d'entre nous, qui avions travaillé pour les Irving, lancions un petit journal. Je travaillais pour lui, ce n'est pas moi qui l'ai lancé. Nous étions d'anciens employés d'Irving, et nous avons décidé que nous allions faire enlever cette épave.

J'avais instruction de téléphoner tous les lundis matins au ministère des Pêches, au ministère de ceci et au ministère de cela et chaque fois on me servait la même histoire : « Nous étudions la question ». J'ai insisté, et savez-vous quoi? Finalement, les Irving ont dit que pour un dollar, ils pomperaient le chargement. Il s'est avéré qu'ils ne pouvaient pas l'enlever en pompant car tout le mazout s'était solidifié, mais ils ont mis le feu. Un bel après-midi, avec quelques bons amis de l'un des sénateurs en remorque, nous sommes allés voir et avons assisté à la scène.

Le sénateur Munson : Cela commence à devenir très intime. Voulez-vous aller boire une bière tout à l'heure, une Alpine?

Mme Webster : Ensuite, nous sommes partis. Ils ont brûlé la cargaison, mais la coque est toujours là. Don Connolly et nous autres sommes partis dans des directions différentes mais l'épave est toujours là. Un jour, lorsque je serai assez âgée pour prendre ma retraite, je retournerai là-bas et je lancerai une campagne pour faire enlever cette épave. Je pense que c'est possible.

La présidente : J'ai l'impression que si quelqu'un peut y arriver, ce sera vous, madame Webster.

Le sénateur Munson : Quelques questions : Nous avons écouté des témoignages toute la matinée et nous allons probablement devoir former un jugement ou formuler des recommandations à la fin de nos audiences dans les prochaines semaines. Mais vous avez dit, qui voudrait se frotter aux Irving à moins d'avoir perdu la raison? Qui, à moins d'avoir perdu la raison, voudrait lancer un nouveau journal hebdomadaire? Tout le monde dit que les choses changent sans cesse, mais on dirait que rien ne va changer au Nouveau-Brunswick dans le courant du prochain siècle.

Mme Webster : Non.

Le sénateur Munson : Peu importe tout ce que l'on peut dire ici, peu importe les louanges ou les reproches adressés aux Irving, nous pourrions parler tant que nous voudrions, et j'ai...

Mme Webster : Rien ne va changer, et pourquoi cela changerait-il? La seule option, à mon avis, c'est d'avoir un journal subventionné par une sorte de fonds, de fonds à distance. Je n'aime pas plus la réglementation gouvernementale que n'importe qui d'autre, mais il faudrait une sorte de fonds — et il n'a pas besoin d'être doté de 55 millions de dollars comme eux ont eu pour le chantier naval — mais un fonds qui puisse faire vivre un journal, mettons pendant cinq ans.

Le sénateur Munson : Les journalistes nous disent toujours que la dernière chose qu'ils veulent c'est de l'argent du gouvernement. Certains diront que vous serez le porte-parole du gouvernement

the government from where you got the money. I do not know about a trust fund from the government or a trust fund from a philanthropist. I do not know how a company could be operated independently.

Ms. Webster: I do not know the mechanics of that. I do not know how it could be set up so that it would be independent, but I think it is necessary. Does *l'Acadie Nouvelle* not have a fund? It is not very big, but they get interest from it.

Mr. Pichette: With *l'Acadie Nouvelle*, it is quite different. There will be representatives from *l'Acadie Nouvelle* here this afternoon, so they can explain that to you. It is quite complicated, and the trust fund does not go to the newspaper as such but only for distributing the newspaper, but it is better to ask them the question.

Ms. Webster: Yes, that is a good idea. When you say that journalists themselves would object, I think there are a lot of journalists who are distressed by the fact that they, indeed, must leave New Brunswick if they want a real career in journalism now.

Senator Munson: I left New Brunswick. I worked for the *Saint John Telegraph* as a paper boy from 1955 to 1960 in Campbellton, but I did not leave for any other reason. The pay was not bad then.

Does New Brunswick have a press council?

Ms. Webster: They subscribe to the Nova Scotia Press Council, as far as I know. New Brunswick does not have a press council of its own.

Senator Munson: There is not a group that sits together and goes over all these arguments, and tries to come up with a common position?

Ms. Webster: No. When you make a complaint, the complaint goes to Nova Scotia, because I have lodged several complaints against the *Daily Gleaner*, and the way it was run.

The Chairman: We heard yesterday that the Atlantic Press Council, which I think is the one you are talking about, had basically become inactive. Do you know if that is true?

Ms. Webster: I would say that they are pretty well inactive. They do not do very much.

The Chairman: They have not responded to our invitations to appear before this committee, which may or may not be indicative of something.

The Chairman: On the matter of the freelance contract, when was this obviously spectacular event of seven writers —

Ms. Webster: When was it, Robert?

Mr. Pichette: I think it was closer to modern times than that. When was it? It was five years ago.

The Chairman: Dalton Camp was still alive.

Mr. Pichette: It was about five years ago.

qui vous donne l'argent. Je ne vois pas comment une société pourrait fonctionner indépendamment du fonds fiduciaire, que celui-ci provienne du gouvernement ou d'un philanthrope.

Mme Webster : Je n'imagine pas très bien la mécanique. Je ne sais pas comment ce serait structuré pour assurer l'indépendance, mais je pense que c'est nécessaire. Est-ce que *l'Acadie Nouvelle* ne bénéficie pas d'un fonds? Il n'est pas très gros, mais le journal en touche l'intérêt.

M. Pichette : Dans le cas de *l'Acadie Nouvelle*, c'est très différent. Des représentants de *l'Acadie Nouvelle* comparaitront cet après-midi, ils pourront vous expliquer cela. C'est assez compliqué et le fonds fiduciaire ne finance pas directement le journal, uniquement sa distribution, mais il vaut mieux leur poser la question directement.

Mme Webster : Oui, c'est une bonne idée. Lorsque vous dites que les journalistes eux-mêmes objecteraient, je crois que beaucoup d'entre eux sont au désespoir de devoir quitter le Nouveau-Brunswick s'ils veulent faire une carrière de journaliste aujourd'hui.

Le sénateur Munson : J'ai quitté le Nouveau-Brunswick. J'ai travaillé pour le *Saint John Telegraph* comme livreur de 1955 à 1960, à Campbellton, mais je ne suis pas parti pour une autre raison. Le salaire n'était pas mauvais alors.

Est-ce que le Nouveau-Brunswick a un conseil de presse?

Mme Webster : À ma connaissance, ils sont membres du Nova Scotia Press Council. Le Nouveau-Brunswick n'a pas de conseil de presse propre.

Le sénateur Munson : Il n'existe pas de groupe qui se réunit et passe en revue tous ces arguments et cherche à dégager une position commune?

Mme Webster : Non. Lorsque vous avez une plainte, elle est adressée à la Nouvelle-Écosse. Je le sais, car j'ai déposé plusieurs plaintes contre le *Daily Gleaner* et la manière dont il était géré.

La présidente : On nous a dit hier que l'Atlantic Press Council, qui est je crois celui dont vous parlez, est devenu pratiquement inactif. Savez-vous si c'est vrai?

Mme Webster : Je dirais qu'il est plutôt inactif. Il ne fait pas grand-chose.

La présidente : Il n'a pas répondu à notre invitation à comparaître devant le comité, ce qui est peut-être révélateur, mais pas forcément.

La présidente : Pour ce qui est de ce fameux contrat de pigiste, quand s'est produit cet épisode manifestement spectaculaire où sept journalistes...

Mme Webster : Quand était-ce, Robert?

M. Pichette : Je crois que c'était plus proche des temps modernes que cela. Quand était-ce? Il y a cinq ans.

La présidente : Dalton Camp était toujours en vie.

M. Pichette : C'était il y a environ cinq ans.

The Chairman: We have heard representations in the past year from groups such as the Periodical Writers Association of Canada that CanWest, and maybe another company, have brought in a contract that sounds very similar. It was not a joke. That is why I asked if they used the phrase, "throughout the universe," because in its most famous version, this new contract has that phrase. CanWest told us, incidentally, that the contract is only one of hundreds of versions of freelance contracts. I wondered if you knew anything about that one and how it compared to the one that you referred to here.

Ms. Webster: No, I do not know anything about that. I have written for CanWest, but not in the last two or three years. I have a piece there now, and they have never asked me to sign a contract, thus far. Maybe I do not write often enough but I have not seen their contract. At the time that we were dealing with the Irving contract, I sent out and got contracts from the CBC and various other places so we could compare them. None of them were as Draconian as the Irving one.

The Chairman: How much cross-fertilization or influence is there between French language media and English language media in New Brunswick?

Mr. Pichette: There is not enough. Until recently I was an editorial writer for *l'Acadie Nouvelle*. As you know, in French we sign our editorials, and there is a photograph of us which means that when we go to Sobeys, we are easy prey. In my opinion, and I could be passionate about this, there is not enough cross-fertilization between the anglophone press and the francophone press.

Incidentally, the Irvings are now buying more and more French weeklies, some of them very old. *Le Madawaska* in Edmundston, where I come from, is nearly 100 years old. It is now an Irving newspaper. They have started one in Miramichi, and I believe they have bought one in Campbellton. There is also a francophone one, *l'Avion*. Bit by bit, there are not all that many.

In terms of cross-fertilization, for lack of a better word, there ought to be a lot more than is going on. It was fine during the golden years with Jackie and a number of us, the Neil Reynolds era, of course. However, there has to be more.

I would like to talk to Philip Lee, for instance. Invite us. We are not ready to throw in the towel. We can maybe be useful. I was lucky enough to teach journalism last year at Université de Moncton for a semester. Nobody had told me that you need three hours of preparation before a course.

That point is very important. There ought to be a lot more. The mechanisms could be found. There is a good school at St. Thomas University. There is another one at l'Université de Moncton. If only they could get together and organize meetings, a lot of good would come out of this.

La présidente : Au cours de l'année écoulée, des groupes tels que la Periodical Writers Association of Canada nous ont indiqué que CanWest, et peut-être une autre société encore, ont introduit un contrat qui a l'air très similaire. Ce n'était pas une plaisanterie. C'est pourquoi j'ai demandé si on y trouvait l'expression « dans tout l'univers », car dans sa version la plus renommée, le nouveau contrat contient cette clause. D'ailleurs, CanWest nous a dit que ce contrat ne représente que l'une de centaines de versions de contrats de pigistes. Je me demandais si vous étiez au courant de celui-ci et comment il se compare avec celui dont vous parliez.

Mme Webster : Non, je ne suis pas au courant de celui-là. J'ai écrit pour CanWest, mais pas au cours des deux ou trois dernières années. Ils publient un de mes articles de temps en temps mais ne m'ont jamais demandé de signer de contrat, jusqu'à présent. Peut-être n'écris-je pas assez souvent pour eux, mais je n'ai pas vu leur contrat. À l'époque où l'on nous a présenté le contrat Irving, je me suis procuré des contrats de CBC et de divers autres rédactions afin de pouvoir les comparer. Aucun n'était aussi draconien que celui des Irving.

La présidente : Dans quelle mesure y a-t-il fécondation croisée ou influence entre les médias de langue française et de langue anglaise au Nouveau-Brunswick?

M. Pichette : C'est insuffisant. Jusqu'à récemment, j'étais éditorialiste pour *l'Acadie Nouvelle*. Comme vous le savez, dans la presse francophone, nous signons nos éditoriaux et plaçons notre photo en tête de l'article, ce qui signifie que lorsque nous allons chez Sobeys, nous sommes des proies faciles. À mon avis, et je pourrais m'enflammer à ce sujet, il n'y a pas assez de fécondation croisée entre la presse anglophone et la presse francophone.

Soit dit en passant, les Irving rachètent maintenant de plus en plus d'hebdomadaires francophones, dont certains sont très anciens. *Le Madawaska* d'Edmundston, ma ville natale, est presque centenaire. C'est maintenant un journal Irving. Ils en ont lancé un à Miramichi et je crois qu'ils ont racheté celui de Campbellton. Il y en a aussi un francophone, *l'Avion*. C'est l'un après l'autre, ils ne sont pas si nombreux.

Pour ce qui est de la fécondation croisée, par manque d'un meilleur terme, il en faudrait beaucoup plus. C'était bien pendant les années dorées avec Jackie et un certain nombre d'entre nous, l'époque Neil Reynolds, bien entendu. Mais il en faudrait plus.

J'aimerais parler à Philip Lee, par exemple. Invitez-nous. Nous ne sommes pas prêts à jeter l'éponge. Nous pouvons être utiles. J'ai eu la chance d'enseigner le journalisme l'an dernier à l'Université de Moncton pendant un semestre. Personne ne m'avait prévenu qu'il fallait trois heures de préparation avant un cours.

C'est un point très important. Il en faudrait beaucoup plus. On pourrait trouver des mécanismes. Il existe une bonne école à l'Université St. Thomas. Il y en a une autre à l'Université de Moncton. Si seulement ils pouvaient se grouper et organiser des réunions, il en sortirait beaucoup de bien.

The Chairman: Mr. Lee did say to us that in connection with these \$2-million grants from the Irvings, one to each, that the two universities were hoping to have some cooperation in the way they use those. It is a beginning.

Mr. Pichette: Maybe there is a future there because there has to be. New Brunswick is a small province. We have a very small population and we should be talking to each other.

I used to be Louis Robichaud's executive assistant. That is a long time ago now but we have come a long way. We have come a hell of a long way since Michael Wardell was ruling *The Daily Gleaner*.

Senator Munson: Just a clarification on the Miramichi: Are they buying the *Miramichi Leader*, or are they buying something to compete?

Mr. Pichette: They have bought it, and they have created a French one.

The Chairman: Thank you both very much.

Now, nobody is allowed to move, because we promised some television photographers that at the end of our proceedings they could come and take pictures and we would look spontaneous as if we were still engaged in a hearing.

I will use this opportunity to note for the record that we have heard a number of critical comments about the Irving enterprises this morning. For all I know, we may hear more as this day goes forward, but tomorrow we will hear from Brunswick News. We could not have come to New Brunswick without hearing from them, and we will. I think it is important to note that.

I would also remind members of the public who are here that at the end of our proceedings today, scheduled for 4 o'clock, we will have opportunities for members of the public to come forward, give short statements and answer a couple of questions. That is always an interesting part of our proceedings wherever we go.

I should probably also say that this trip to New Brunswick is part of this committee's effort to travel across the country. Indeed, the Atlantic Provinces are the last region we are visiting. We have been to the west, we have been to Central Canada, and we delayed coming here, not so much because of weather fears in New Brunswick, but because of weather fears for Newfoundland and Nova Scotia, where fog as you know, can play havoc with schedules.

Senator Munson: You knew you would get the final word here.

The Chairman: We knew we would get a wonderful reception and very interesting times in the Atlantic Provinces in general, and in New Brunswick in particular.

Ms. Webster: The sad thing that affects us here in New Brunswick, because our English language daily papers are so dull, they cover things but they are not exciting. Because of that, the outside coverage we get is less.

La présidente : M. Lee nous a dit qu'en rapport avec ces subventions de 2 millions de dollars des Irving, un million à chacune, que les deux universités espéraient collaborer sur l'emploi de ces montants. C'est un début.

M. Pichette : Peut-être y a-t-il là un avenir, car il en faut un. Le Nouveau-Brunswick est une petite province. Nous n'avons qu'une faible population et nous devrions nous parler les uns les autres.

J'étais jadis adjoint exécutif de Louis Robichaud. C'était il y a très longtemps, mais nous avons beaucoup évolué depuis. Nous avons beaucoup évolué depuis que Michael Wardell régnait sur le *Daily Gleaner*.

Le sénateur Munson : Juste une clarification sur le Miramichi : Ont-ils racheté le *Miramichi Leader*, ou bien acheté autre chose pour le concurrencer?

M. Pichette : Ils l'ont racheté et ils ont créé un journal francophone.

La présidente : Merci beaucoup à vous deux.

Que nul ne bouge car nous avons promis à des photographes de télévision qu'à la fin de nos travaux ils pourraient venir prendre quelques photos et que nous aurons l'air spontané comme si nous étions encore en réunion.

Je saisis l'occasion pour signaler que nous avons entendu pas mal de critiques au sujet des entreprises Irving ce matin. Autant que je sache, nous en entendrons d'autres au fur et à mesure que la journée avance, mais demain nous recevrons Brunswick News. Nous ne pouvions venir au Nouveau-Brunswick sans entendre ses représentants, et nous allons le faire. Il est important de le signaler.

Je rappelle également aux membres du public qu'à la fin de nos travaux de la journée, à 16 h, des membres de l'assistance pourront se présenter, faire de courtes déclarations et répondre à quelques questions. C'est toujours une partie intéressante de nos travaux, où que nous allions.

Je précise également que ce voyage au Nouveau-Brunswick s'inscrit dans l'effort de ce comité de siéger à travers le pays. De fait, les provinces Atlantiques sont la dernière région que nous visitons. Nous avons été dans l'Ouest, nous avons été dans le Centre, et nous avons tardé à venir ici, non pas parce que nous craignons les conditions météorologiques au Nouveau-Brunswick, mais plutôt celles de Terre-Neuve et de la Nouvelle-Écosse, où le brouillard, comme vous le savez, peut semer la pagaille dans les horaires.

Le sénateur Munson : Vous saviez que vous auriez le dernier mot ici.

La présidente : Nous savions que l'on nous ferait un merveilleux accueil et que nous entendrions des choses très intéressantes dans les provinces Atlantiques en général, et au Nouveau-Brunswick en particulier.

Mme Webster : Ce qui est triste ici au Nouveau-Brunswick, vu que nos journaux de langue anglaise sont si mornes, ils couvrent les événements mais ne sont pas passionnants. De ce fait, on parle peu de nous à l'extérieur.

When I knew the senator on your left, I was writing for *The Globe and Mail*. I covered New Brunswick for *The Globe and Mail*, and I worked very hard. I was on the road every day. I worked 15 hours a day. *The Globe and Mail* wrote a great many stories about New Brunswick. Then, of course, they have had economic strictures too. The interest has waned. Now in the Atlantic edition you do not see many stories about New Brunswick.

The stories are there. There is a marvellous story at the moment, if somebody would like to write it, about the boats that go in on the North Shore, at Belledune, and cart boatloads of lobsters out. Then they destroy them because they cannot be eaten. The lobsters are contaminated by lead, zinc, mercury or whatever, from that contaminated soil around Belledune. There is a great story there.

The Chairman: It does sound like a story.

Ms. Webster: Yes, it needs to be told.

The Chairman: Thank you very much.

The committee adjourned.

DIEPPE, Thursday, April 21, 2005

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day at 1:18 p.m. to examine the current state of Canadian media industries; emerging trends and developments in these industries; the media's role, rights and responsibilities in Canadian society; and current and appropriate future policies relating thereto.

Senator Joan Fraser (Chairman) in the chair.

[English]

The Chairman: Honourable senators, we resume our hearings in Dieppe, New Brunswick. We are fortunate to welcome Mr. David Henley, but I do not seem to have his biography here, which is such an embarrassment. Forgive me for not having my cheat sheet. Please tell us who you are.

Mr. David Henley, as an individual: Some days I do not know who I am. Today is one of those fortunate days when I do.

The Chairman: Then we will go on from there. We are delighted to have you with us, especially since you had to drive across most of the province to get here.

Mr. Henley: I am from Woodstock, New Brunswick, and I am the former owner, with my wife, of Henley Publishing Ltd., which owned four community papers in Western New Brunswick until November 2002, when we sold those properties to the Irving-owned Brunswick News. We also owned a central printing plant and two small papers in Eastern Maine.

Lorsque je fréquentais le sénateur à votre gauche, il écrivait pour le *Globe and Mail*. Je couvrais le Nouveau-Brunswick pour le *Globe and Mail* et je travaillais très fort. J'étais sur la route chaque jour. Je travaillais 15 heures par jour. Le *Globe and Mail* passait un grand nombre d'articles sur le Nouveau-Brunswick. Ensuite, bien entendu, lui aussi a connu des contraintes économiques. L'intérêt s'est amenuisé. Aujourd'hui, dans l'édition Atlantique, vous ne voyez pas grandes nouvelles du Nouveau-Brunswick.

Pourtant, les sujets ne manquent pas. Il y a ce merveilleux sujet en ce moment, si quelqu'un voulait bien prendre la peine de l'écrire, sur les navires qui pêchent sur la côte Nord, à Belledune, et sortent des chargements entiers de homards. Ensuite, on les détruit, parce qu'on ne peut pas les manger. Les homards sont contaminés au plomb, au zinc, au mercure, à tout ce que vous voudrez, à cause du sol contaminé autour de Belledune. Il y a là un sujet passionnant.

La présidente : On dirait bien.

Mme Webster : Oui, et il faut le raconter.

La présidente : Merci beaucoup.

La séance est levée.

DIEPPE, le jeudi 21 avril 2005

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui à 13 h 18 pour étudier l'état actuel des industries des médias canadiennes, les tendances et les développements émergeant au sein de ces industries, le rôle, les droits et les obligations des médias dans la société canadienne et les politiques actuelles et futures appropriées par rapport à ces industries.

Le sénateur Joan Fraser (présidente) occupe le fauteuil.

[Traduction]

La présidente : Mesdames et messieurs les sénateurs, nous poursuivons nos travaux à Dieppe, au Nouveau-Brunswick. Nous sommes heureux d'accueillir M. David Henley, mais je n'ai pas sa biographie sous les yeux, ce qui me met dans l'embarras. Pardonnez-moi, je ne peux pas tricher en lisant mes notes. Veuillez avoir l'obligeance de nous dire qui vous êtes.

M. David Henley, à titre personnel : Il y a des jours où je ne sais pas moi-même qui je suis. Heureusement, aujourd'hui, je le sais.

La présidente : C'est très bien. Nous sommes ravis de vous accueillir, surtout que vous avez presque traversé la province pour venir nous rencontrer.

M. Henley : Je suis de Woodstock, au Nouveau-Brunswick, et je suis l'ancien propriétaire, avec ma femme, de Henley Publishing Ltd., à qui appartenaient quatre journaux communautaires de l'ouest du Nouveau-Brunswick. En novembre 2002, nous avons vendu ces journaux à Brunswick News, propriété des Irving. Nous étions aussi propriétaires d'une imprimerie et de deux petits journaux dans l'est du Maine.

When it was announced that a committee was being formed to study Canadian media and, specifically, the concentration of ownership, I told my wife I would like to appear before this committee. She said, "What is the point? The barn door is already open and the horses are gone." My daughter then added, "Yes, and they have taken all the hay." They have taken all the hay; and for a lot of people, that describes the situation. Many people have asked me if this is just a waste of time and taxpayers' money spent on an irreversible, done deal. After all, the Davey commission and the Kent commission recommendations were made years ago, long before the media were being gobbled up by the giants. Very little action was taken and most of the Kent commission recommendations seem to have been ignored; all this, I believe, to the detriment of the quality of journalism, the number of jobs affected, most certainly, and the fair comment or appearance of fair comment the public expects and deserves.

I believe competition improves quality and creates a survival-of-the-fittest atmosphere. If there is a concern about media concentration in Canada in general, that concern should be multiplied many times over on the state of the media in New Brunswick, where one company owns all the English dailies, most of the community newspapers, shoppers, most of the flyer business, and I am not certain, but I think some radio stations as well. When one company controls all those information sources and also dominates so many other sectors, such as oil and gas, transportation, forestry, pulp and paper, shipping, real estate, food and retail, and with the vertical integration in all these sectors to boot, it is certainly not a healthy situation and raises the question of whether the press can provide unbiased news coverage relating to these vast holdings. It obviously could not happen to the same degree as with an independent press. No matter how unbiased the intent or open the editorial policy, there would be an unconscious loyalty to the "parental control." It is inconceivable that a writer reporting on a sensitive issue involving one of these companies would not be intimidated by the fact that he or she is writing about another arm of the Irving body. That reporter would be gambling with the potential of a subtle punishment by way of lack of promotion, or maybe even job loss. I emphasize "potential." I am not saying that would necessarily happen. There are now few places to go to find another job in that field. He or she would have to uproot and move out of province as the only other option.

There is concern over media concentration in the rest of Canada, but that only involves companies with a concentration in the media alone, and even then, there is some diversity of ownership and competition in other provinces. In New Brunswick, one company dominates most other business sectors as well. It is more serious than government ownership. At least with government ownership, the public has an opportunity to make a change every four years.

Quand il a été annoncé que votre comité entreprenait une étude des médias au Canada et, plus particulièrement, de la concentration de la propriété, j'ai dit à ma femme que j'aimerais bien témoigner devant votre comité. Elle m'a répondu : « À quoi cela servirait-il? La porte de la grange est ouverte et les chevaux se sont enfuis. » Ma fille a ajouté : « Oui, et ils ont pris tout le foin ». Ils ont pris tout le foin : aux yeux de beaucoup de gens, cela décrit bien la situation. Nombreux sont ceux qui m'ont demandé si les travaux de votre comité ne constituaient pas un gaspillage de temps et de l'argent du contribuable puisque, après tout, l'affaire est conclue, la situation est irréversible. La commission Davey et la commission Kent ont formulé des recommandations il y a longtemps, bien avant que les médias ne soient avalés par les géants. Très peu a été fait et on a fait fi de la plupart des recommandations de la commission Kent, au détriment, à mon avis, de la qualité du journalisme, de nombreux emplois et, certainement, de la politique éditoriale juste que mérite et attend le public ou, du moins, de l'apparence d'une telle politique.

J'estime que la concurrence améliore la qualité et crée un milieu encourageant l'excellence. Si l'on s'inquiète de la concentration des médias au Canada en général, l'état des médias au Nouveau-Brunswick est beaucoup plus inquiétant puisqu'une seule entreprise est propriétaire de tous les quotidiens de langue anglaise, de la plupart des journaux communautaires, des journaux d'annonces classées, de la plupart des circulaires et, je crois, de certaines stations de radio aussi. Quand une seule entreprise contrôle toutes ces sources d'information et domine bon nombre d'autres secteurs, tels que ceux du gaz et du pétrole, du transport, des forêts, des pâtes et papiers, de l'expédition, de l'immobilier, de l'alimentation et de la vente au détail, et que ces secteurs sont intégrés verticalement, la situation n'est pas saine. Cela soulève la question de savoir si la presse peut offrir une couverture neutre de l'information dans tous ces secteurs. Manifestement, cela n'est pas aussi possible que ce le serait pour une presse indépendante. Peu importe que l'intention soit d'être neutre et d'avoir une politique éditoriale ouverte, on garde inconsciemment une certaine loyauté à l'égard de la société mère. Il est inconcevable qu'un journaliste qui rédige un reportage sur un enjeu délicat mettant en cause l'une de ces entreprises ne soit pas intimidé par le fait qu'il s'agit là d'une autre partie de l'empire Irving. Ce journaliste risque d'être puni de façon très subtile, de perdre de l'avancement ou même son emploi. J'insiste toutefois sur la conditionnalité, car je ne dis pas que cela se produirait nécessairement. Il y a maintenant très peu d'autres endroits offrant des emplois de journaliste. Il n'aurait donc pas d'autre choix que de quitter la province.

On s'inquiète de la concentration des médias dans le reste du Canada, mais cela ne touche que les entreprises du secteur des médias, et même, il y a d'autres propriétaires et une certaine concurrence dans les autres provinces. Au Nouveau-Brunswick, une société domine presque tous les autres secteurs aussi. C'est encore plus grave que la propriété publique. Quand c'est le gouvernement qui est propriétaire, au moins, le public a la possibilité d'imposer des changements tous les quatre ans.

However, a reformation of an independent press in New Brunswick is virtually impossible because Irving also controls most of the newspaper printing presses in the province. When Irving purchased two family chains of community newspapers, one of them ours, they dismantled and sold off the presses. Therefore, if some daring souls wished to operate a newspaper, there are very few places they could go to have it printed other than the dominant competitor.

The Government of Canada is very supportive of building export markets, but with the closing down of our Woodstock press, which moved, I understand, to Peru, a local export printing market into Eastern Maine was also terminated.

There has also been a negative financial effect on communities where independent papers no longer exist. In the tiny village of Perth-Andover, where we had a newspaper and, obviously, an office, the office was shut down and more than four jobs were lost. In the town of Hartland, the newspaper office and press were shut down and several jobs lost in that economy. That paper was combined with *The Bugle* of Woodstock. And in Woodstock itself, almost half a million dollars in salaries were taken out of that community after the sale of the assets of our company.

Historically, community newspapers have been operated as family businesses, as newspapers first and as businesses second. When large corporations take over, the priorities are reversed and the bottom line becomes sacred. While this may seem like sound business practice, it is to the detriment of the quality of news when these big companies centralize production and jobs.

As I said at the beginning, the horses are gone, but the question remains: Is there a will to reverse the situation? Can it be done, and how? Obviously, the industry will not be the instigator because it is controlled by these large companies and they will not be involved in any such process. They are the ones who created the situation. I have always been pleased that there is no CRTC or government control of the printed press, but now it might be the only answer to satisfy the concerns of people who see a danger in so much concentration in so few and powerful hands.

The U.S. has very few laws regarding media ownership. They have not been taken over by foreign countries. Perhaps the time is right to liberalize the ownership laws here and seek outside investment that can diversify control of our Canadian press.

The Competition Bureau has been noticeably ineffective in policing infractions, with very few convictions in relation to the number of cases brought before it. It appears small companies have little chance if large companies move in, cut prices and offer free advertising. The small company is forced to sell or go out of business. However, once the monopoly controls the market, those prices are often raised even higher than before.

Réformer la presse indépendante au Nouveau-Brunswick est virtuellement impossible parce que les Irving contrôlent presque toutes les imprimeries à journaux de la province. Quand les Irving ont acheté deux chaînes familiales de journaux communautaires, dont la nôtre, ils ont démonté et vendu les presses. Par conséquent, si quelqu'un avait l'audace de lancer un journal, il serait presque obligé de le faire imprimer par son plus grand concurrent.

Le gouvernement du Canada appuie la création d'un marché d'exportation, mais avec la fermeture de notre imprimerie de Woodstock, dont les activités ont été transférées, je crois, au Pérou, on a aussi mis fin à l'exportation vers l'est du Maine de nos services d'impression.

Cela a aussi nui financièrement aux localités où il n'y a plus de journal indépendant. Dans le petit village de Perth-Andover, où nous avions un journal et, bien sûr, un bureau, le bureau a été fermé, ce qui a entraîné la perte de plus de quatre emplois. La fermeture du journal et du bureau de Hartland a aussi entraîné la disparition de plusieurs emplois. Ce journal a été fusionné avec le journal *The Bugle* de Woodstock. Et Woodstock même a perdu un demi-million de dollars en salaires quand les actifs de notre entreprise ont été vendus.

Dans le passé, les journaux communautaires étaient des entreprises familiales, des journaux d'abord et, de façon secondaire, des entreprises. Quand de grandes sociétés en prennent le contrôle, les priorités sont inversées et c'est le bilan financier qui prime. Cela peut sembler logique comme pratique commerciale, mais cela se fait au détriment de la qualité de l'information, puisqu'il y a centralisation des emplois et de la production.

Comme je l'ai dit au début, les chevaux se sont enfuis, mais une question reste sans réponse : A-t-on la volonté de renverser la situation? Peut-on renverser la situation et, si oui, comment? Manifestement, ce n'est pas l'industrie qui prendra cette initiative, car elle est contrôlée par ces grandes entreprises qui ne souhaitent pas que la situation change puisque ce sont elles qui l'ont créée. J'ai toujours été heureux qu'il n'y ait pas de CRTC ou de contrôle gouvernemental de la presse écrite, mais c'est peut-être maintenant la seule façon de répondre aux préoccupations de ceux qui trouvent dangereuse une telle concentration aux mains de si peu de personnes si puissantes.

Aux États-Unis, il y a très peu de lois qui régissent la propriété des médias. Les médias américains n'ont pas été pris en charge par des pays étrangers. Le temps est peut-être venu pour nous de libéraliser nos propres lois sur la propriété et d'encourager des investissements étrangers qui pourraient diversifier un peu le contrôle de la presse canadienne.

Le Bureau de la concurrence n'a pas su sévir dans les cas d'infractions et a rendu très peu de condamnations dans les quelques cas qui lui ont été soumis. Il semble donc que les petites entreprises ont très peu de chances si une grande société s'installe dans leur secteur, réduit les prix et offre de la publicité gratuite. Ces petites entreprises sont vite forcées de vendre ou acculées à la faillite. Toutefois, une fois que le monopole est établi, les prix remontent et sont souvent plus élevés qu'avant.

In these monopolistic times, we thank God for the CBC. Although the CBC is much maligned, it usually gives another viewpoint on the news and offers freedom of information that is both credible and trustworthy. Because of this, public broadcasting should continue to be a valued, funded resource in providing balanced information to the Canadian public.

We have here a major media problem brought on by the indecision and inactivity of many federal governments over 40 years. If the situation is ever to be reversed, it will require both provincial and federal governments to realize the dangers inherent in these problems and develop laws that require some assets to be sold off to allow fair competition and prevent domination in any specific market.

Senator Trenholme Counsell: Mr. Henley, I have heard your name, but it is nice to have you here today. Thank you for coming.

As I listened to you, I wondered why you sold, and I do not expect you to answer that personally. I thought to myself that it was probably because it was a business deal that you or your family could not turn down, especially in view of your daughter's reaction. You do not necessarily have to answer that, but you obviously did sell to Brunswick News or to the Irving family, however one puts it.

You have laid out very clearly the loss of jobs in each of those little communities and the loss of salaries in Woodstock. I wondered how the reading public feels about the changes, and because I know there is a great deal of emphasis in those community papers on advertising, how the business community feels in terms of the results of their advertising. I do not know whether you can answer either of those two questions, but how the public feels is the bottom line for us because we are trying to see how well the media are serving the public, community by community across the land.

Mr. Henley: Certainly. One promise that I made to myself when I sold was that I would not sit back as a former owner and criticize the quality of what was being produced, but I can reflect on what I have been told. Obviously, as I walk around town, go into the restaurants and so on, people do make comments about the product that they are getting, and I think it is fair to say that, generally speaking, they are impressed by the colour that the big presses now provide, because it is all printed, I understand, in Moncton now and trucked around the province. They have a huge press, so the number of colour pages has certainly increased, although not necessarily the quality of that colour. However, the general opinion is that the content is of a lesser standard. Now, I try to say that with an unbiased voice.

Senator Trenholme Counsell: No, no.

Mr. Henley: I was talking to advertisers who also have some problems that I would prefer not to go into at this point, but some have been upset with policies and so on.

Dans ce contexte de monopole, heureusement qu'il y a Radio-Canada. Bien qu'on critique beaucoup Radio-Canada, elle continue d'offrir un autre point de vue sur les informations et une liberté d'information qui est à la fois crédible et fiable. Pour cette raison, le radiodiffuseur public est très important et on doit continuer de lui offrir les ressources dont il a besoin pour donner au public canadien des informations équilibrées.

Ce problème grave dans les médias découle de l'indécision et de l'inactivité des gouvernements fédéraux des 40 dernières années. Si on veut renverser la vapeur, il faudra que les gouvernements fédéral et provinciaux comprennent les dangers inhérents à la situation qui prévaut et adoptent des lois exigeant la vente de certains actifs pour assurer une concurrence juste et prévenir la domination dans un secteur particulier du marché.

Le sénateur Trenholme Counsell : Monsieur Henley, je vous connaissais déjà de nom, et je suis heureuse de vous rencontrer aujourd'hui. Merci d'être venu.

En vous écoutant, je me suis demandé pourquoi vous aviez vendu vos journaux, et je ne m'attends pas à ce que vous me répondiez en me donnant tous les détails. Je me suis dit que c'était probablement une bonne affaire que vous ou votre famille ne pouviez refuser, surtout à la lumière de la réaction de votre fille. Je ne m'attends pas nécessairement à une réponse, mais vous avez néanmoins vendu à Brunswick News ou à la famille Irving, selon le point de vue.

Vous avez décrit les pertes d'emplois et de salaires dans les petites villes et à Woodstock. Je me demande comment réagissent les lecteurs, car je sais que les journaux communautaires mettent l'accent sur la publicité; je me demande si cela a eu une incidence sur les gens d'affaires dans ces villes. J'ignore si vous pouvez répondre à ces questions, mais ce qui nous intéresse avant tout, c'est ce qu'en pense le public, car nous tentons de déterminer si le public, chaque collectivité du pays, est bien desservi par les médias.

M. Henley : Certainement. Quand j'ai vendu mes journaux, je me suis promis que, à titre d'ancien propriétaire, je ne critiquerais pas la qualité de ce que produisent maintenant ces journaux, mais je peux faire des observations sur ce qu'on m'a dit. Il est évident que quand je me promène en ville, quand je vais au restaurant, les gens me parlent des journaux, et je crois pouvoir dire que, en général, ils sont très impressionnés par les couleurs qu'on obtient à l'imprimerie de Moncton, où sont imprimés les journaux qui sont ensuite transportés par camion un peu partout dans la province. Les Irving ont une énorme imprimerie à Moncton, et le nombre de pages en couleurs de ces journaux a augmenté, même si la qualité des couleurs n'est pas nécessairement mieux. Toutefois, on s'entend en général pour dire que le contenu est moins bon, et je tente d'être le plus neutre possible en vous disant cela.

Le sénateur Trenholme Counsell : Bien sûr.

M. Henley : Je me suis aussi entretenu avec des annonceurs qui ont connu des problèmes que je préfère ne pas vous décrire en détail, mais qui ne sont pas satisfaits de certaines politiques.

Senator Trenholme Counsell: I know the community newspapers often use writers who just send the news in mainly from villages. Does that continue, this very local kind of news that people in our smaller communities appreciate? We do not get that in the bigger communities. It has to be a big story or somebody's hundredth birthday, right?

Mr. Henley: Certainly.

Senator Trenholme Counsell: Even a hundredth birthday party does not get into the big papers.

Mr. Henley: No.

Senator Trenholme Counsell: Is that tradition continuing in the three papers that you mentioned, or are you down to two now? You had three?

Mr. Henley: We had four when we sold.

Senator Trenholme Counsell: You had four and now it is two?

Mr. Henley: Yes, and I should mention one was in Fredericton North —

Senator Trenholme Counsell: Oh, you had the *Northside News*.

Mr. Henley: *Northside News*. One was in Woodstock, which was our flagship paper.

Senator Trenholme Counsell: Yes, Woodstock and Hartland, you said, came together.

Mr. Henley: Yes, but we did not own Hartland. We owned Woodstock, Perth-Andover and a bilingual paper in Grand Falls.

Senator Trenholme Counsell: Who owned Hartland?

Mr. Henley: The Fairgrieve family owned it and then they sold it to a third party, who owned it for a short time and then sold it to the Irvings.

In answer to your question, when my wife and I were owners, one of the things that we really stressed was local news. You hear these things as you go to community newspaper conventions and so on, that you should keep the news local, local, local. People get news of Iraq and Ottawa and so on by way of their daily paper, television and other sources. One of the things we stressed was to keep Woodstock area news in the Woodstock paper and local news in the papers for all the other towns as well. I see now, and I guess by way of bottom-line benefits, there is news creeping into our former paper in Woodstock that was generated in Grand Falls. Obviously, if there is some space to fill, there may be a news bank there from which they pull this news in. It may be of great interest to readers in Woodstock. It certainly would not be to me because Grand Falls no longer has an appeal. I never go there and

Le sénateur Trenholme Counsell : Je sais que les journaux communautaires font souvent appel à des journalistes qui transmettent les nouvelles des villages. Est-ce que cette pratique se poursuit, est-ce qu'on continue à couvrir les nouvelles locales que les gens des petites localités aiment tant? Ça ne se voit pas dans les plus grandes villes. Il faut que ce soit une nouvelle très importante ou le 100^e anniversaire de naissance de quelqu'un, n'est-ce pas?

M. Henley : Oui.

Le sénateur Trenholme Counsell : Même le 100^e anniversaire de naissance de quelqu'un fait rarement l'objet d'un reportage dans les grands journaux.

M. Henley : En effet.

Le sénateur Trenholme Counsell : Cette tradition se poursuit-elle dans les trois journaux que vous avez mentionnés, et qui ne sont plus que deux, je crois? Vous en aviez trois?

M. Henley : Nous étions propriétaires de quatre journaux quand nous les avons vendus.

Le sénateur Trenholme Counsell : Vous en aviez quatre et il n'y en a plus que deux?

M. Henley : Oui, dont l'un était à Fredericton-Nord...

Le sénateur Trenholme Counsell : Oh, vous aviez le *Northside News*.

M. Henley : Oui, le *Northside News*. Il y en avait un aussi à Woodstock, notre journal vedette.

Le sénateur Trenholme Counsell : Oui, et vous avez dit que les journaux de Woodstock et de Hartland avaient été fusionnés.

M. Henley : Oui, mais le journal de Hartland ne nous appartenait pas. Nous étions propriétaires d'un journal à Woodstock, d'un autre à Perth-Andover et d'un autre bilingue à Grand-Sault.

Le sénateur Trenholme Counsell : À qui appartenait le journal de Hartland?

M. Henley : À la famille Fairgrieve, qui l'a vendu à une tierce partie, laquelle l'a vendu aux Irvings très peu de temps après.

Pour répondre à votre question, quand ma femme et moi étions propriétaires, nous mettions l'accent, entre autres choses, sur les informations locales. Dans les congrès de journaux communautaires, on répète constamment que les informations doivent rester locales, locales et locales. Les gens obtiennent des informations sur ce qui se passe en Iraq, à Ottawa et ailleurs dans leur quotidien, à la télévision et dans d'autres sources. Nous insistions donc pour que notre journal de Woodstock offre des nouvelles de la région de Woodstock et que les journaux des autres villes présentent des nouvelles locales aussi. Je constate, et c'est probablement pour des raisons économiques, qu'il y a de plus en plus de reportages dans notre ancien journal de Woodstock qui ont été produits à Grand-Sault. Manifestement, quand on a un espace à combler, on choisit un article provenant

I do not have any contact with anybody there, so any Grand Falls news I read in the Woodstock paper would be superfluous as far as I am concerned.

Senator Trenholme Counsell: I think the hottest issue, at least that I am aware of, up the river has been the hospital. That has gone on for about two years now. Has that been covered well, in your opinion? Has it been covered fairly? What do you think?

Mr. Henley: I think it has been covered fairly. It is obviously written with an idea that part of the circulation of *The Bugle* in Woodstock, which is what I am talking about, is up river where the hospital is going, and part of it is down river where the opposing people live. However, I think generally, they are walking a fairly steady line through the middle of that. Meanwhile, I am from Woodstock, so I am active in trying to keep the hospital there.

Senator Trenholme Counsell: You think the coverage is not as good. Is it because there is some mix of the strictly local and news from the adjacent communities, or is it the writers?

Mr. Henley: Yes.

Senator Trenholme Counsell: Are they from away or are they local people? Who runs the paper for the group?

Mr. Henley: I did not say that I thought it was. I have tried to steer clear of that.

Senator Trenholme Counsell: No, no, you said people you talk to.

Mr. Henley: Yes. I think most of the people are local, and I do not want to mislead the committee. Most of the news is of the community where those newspapers originate, but some of it creeps in from other communities that did not when we owned it.

Senator Munson: Which four newspapers were sold, did you say?

Mr. Henley: The *Northside News* in Fredericton, *The Bugle* in Woodstock, the *Victoria County Record* in Perth-Andover and the bilingual *La Cataracte* in Grand Falls.

Senator Munson: Is the *Hartland Observer* still around?

Mr. Henley: No.

Senator Munson: No?

Mr. Henley: When the Irvings bought that, I think it was last year, they combined it with *The Bugle*. They folded one into the other and now it is called *The Bugle Observer*.

d'un bassin de nouvelles quelconque. Ces articles sont peut-être d'un grand intérêt pour les lecteurs de Woodstock mais pas pour moi, parce que je ne m'intéresse plus à ce qui se passe à Grand-Sault. Je n'y vais jamais, je n'ai de contact avec personne qui y habite et toutes les nouvelles de Grand-Sault qui figurent dans le journal de Woodstock sont, à mes yeux, sans intérêt.

Le sénateur Trenholme Counsell : Je crois que l'enjeu d'actualité, autant que je sache, dans cette région est celui de l'hôpital. On en parle depuis environ deux ans. Est-ce un dossier qui a reçu une bonne couverture, à votre avis? La couverture a-t-elle été juste? Qu'en pensez-vous?

M. Henley : Je crois que la couverture a été assez juste. Les reportages tiennent manifestement compte du fait qu'une partie des lecteurs du *Bugle* sont à Woodstock, là où on veut installer l'hôpital et l'autre partie, plus au sud, là où on trouve les opposants au déménagement de l'hôpital. En général, je crois qu'on a su trouver le juste équilibre entre les deux positions. Moi, comme je suis de Woodstock, je milite activement en faveur du maintien de l'hôpital à cet endroit.

Le sénateur Trenholme Counsell : Vous avez dit qu'à votre avis, la couverture n'est pas aussi bonne qu'avant. Est-ce parce qu'on inclut, avec les nouvelles d'intérêt strictement local, des informations des localités avoisinantes, ou est-ce attribuable aux journalistes?

M. Henley : Oui.

Le sénateur Trenholme Counsell : Est-ce que ce sont des gens d'ailleurs ou de la localité? Qui dirige le journal pour le groupe?

M. Henley : Je n'ai pas dit que, moi, je trouvais les reportages moins bons. J'ai pris soin de ne pas me prononcer.

Le sénateur Trenholme Counsell : Non, non, vous avez simplement dit que c'est ce que d'autres vous avaient dit.

M. Henley : Oui. Je crois que la plupart des journalistes sont des gens de l'endroit, je ne voudrais pas vous induire en erreur à ce sujet. Ces journaux publient surtout des nouvelles de la localité, mais on y trouve plus de nouvelles d'autres endroits que quand j'en étais propriétaire.

Le sénateur Munson : Quels sont les quatre journaux qui ont été vendus?

M. Henley : Le *Northside News* de Fredericton, le *Bugle* de Woodstock, le *Victoria County Record* de Perth-Andover et le journal bilingue *La Cataracte*, de Grand-Sault.

Le sénateur Munson : Est-ce que le *Hartland Observer* existe encore?

M. Henley : Non.

Le sénateur Munson : Non?

M. Henley : Quand les Irving l'ont acheté, l'an dernier je crois, ils l'ont fusionné avec le *Bugle* pour créer un seul journal qui s'appelle dorénavant le *Bugle Observer*.

Senator Munson: One of my dad's best friends ran the *Hartland Observer* a long time ago, and I cannot remember his name. I will ask the same question that Senator Trenholme Counsell asked: Why did you sell?

Mr. Henley: Well, look at the wrinkles on my face. I am 68 years old. I have three daughters. They were not interested in taking it on. Two of them had moved away, and it was becoming time to sell. Some pressures were brought to bear as we got closer to making that had a great effect on what we eventually did.

Senator Munson: Are those confidential pressures, or is it the same story of a big company marching forward and gobbling up little newspapers?

Mr. Henley: One of the things about a powerful company is that they can tie you into not saying anything about the sale, and I have signed such an agreement. I can talk about everything else, but I cannot talk about the details of the sale.

Senator Munson: I am very sorry.

Mr. Henley: However, I am assuming I can talk about things that led up to that situation.

The Chairman: Yes, you can.

Senator Munson: Go right ahead.

Mr. Henley: I prefer to do it by answering questions rather than offering comments, but essentially, a former employee started a shopper in competition with us in Woodstock. They could not make a go of it, so they transferred it over to another person, who also could not make a go of it. I suspect, but I am not sure, that that person might have owed money to the Irvings for printing bills or whatever, because they were printing down there. In any case, the ownership eventually came into Irving hands and things then changed, because we noticed a definite increase in the competition in a number of ways.

The Chairman: What do you mean by, "a number of ways"?

Mr. Henley: For instance, before the sale, the shopper offered free classified advertising and put out a price list. There is nothing wrong with this, I suppose, but they sold ads that were far under the price list.

The Chairman: Your price list or their price list?

Mr. Henley: Their price list. Obviously, by offering free classifieds, that cut into the classified advertising revenue of our publication. Newspapers are usually sold based on their revenue, and so when the time came to sell, obviously, the price would have reflected the decreased revenue.

By the way, there is certainly a price now to put your classified ad in the shopper. Since *The Bugle* is now the only publication in the area, the classified rates are now double what they were when we owned the paper.

Le sénateur Munson : Un des meilleurs amis de mon père a dirigé le *Hartland Observer* pendant longtemps, mais son nom m'échappe. Permettez-moi de vous poser la même question que le sénateur Trenholme Counsell : Pourquoi avez-vous vendu?

M. Henley : Eh bien, vous voyez mes rides. J'ai 68 ans. J'ai trois filles et ni l'une ni l'autre ne voulait diriger les journaux. Deux d'entre elles ont quitté la province et le temps était venu pour nous de vendre. Des pressions se sont exercées qui ont fait que, au bout du compte, nous avons décidé de vendre.

Le sénateur Munson : La nature de ces pressions est-elle confidentielle ou est-ce que, encore une fois, une grande société a tout simplement avalé les petits journaux?

M. Henley : Vous savez, une entreprise puissante peut vous obliger à ne pas parler des conditions de vente, et j'ai signé un accord de ce genre. Je peux vous dire bien des choses, mais je ne peux vous décrire les détails de la transaction.

Le sénateur Munson : Je suis désolé.

M. Henley : Toutefois, je présume que je peux décrire la situation qui a mené à la vente.

La présidente : Oui.

Le sénateur Munson : Allez-y.

M. Henley : Je préfère le faire en répondant à vos questions plutôt qu'en faisant des observations, mais, essentiellement, un ancien employé a lancé un journal de petites annonces pour nous concurrencer à Woodstock. Cela n'a pas marché et il l'a cédé à une autre personne, qui n'a pas réussi non plus. Je soupçonne, mais je n'en suis pas certain, que cette personne devait de l'argent aux Irving pour des services d'impression ou autres choses, parce qu'il faisait imprimer son journal par l'imprimerie des Irving. Quoi qu'il en soit, les Irving en sont devenus propriétaires et c'est alors que les choses ont commencé à changer, car nous avons constaté que nous faisions face à une concurrence accrue à bien des égards.

La présidente : Qu'entendez-vous par « à bien des égards »?

M. Henley : Eh bien, par exemple, avant la vente, le journal d'annonces commerciales offrait des petites annonces gratuites et publiait une liste de prix. Il n'y a aucun mal à cela, j'imagine, mais le journal vendait ses annonces à des prix de loin inférieurs à ceux de la liste des prix.

La présidente : Votre liste de prix ou la leur?

M. Henley : Leur liste de prix. Évidemment, en offrant les petites annonces gratuitement, ils diminuaient les recettes que nous pouvions tirer de cette source. Habituellement, les journaux sont vendus en fonction de leurs recettes et il est évident qu'au moment de vendre, le prix est ajusté en fonction de la perte de recettes.

Au fait, je précise qu'il faut payer maintenant pour faire publier une petite annonce dans ce journal. Étant donné que le *Bugle* est désormais la seule publication de la région, les tarifs des petites annonces sont maintenant le double de ce qu'ils étaient lorsque nous en étions propriétaires.

The Chairman: *The Bugle* was, under your ownership, obtained through paid subscription?

Mr. Henley: Yes.

The Chairman: I am just trying to probe here.

Mr. Henley: Yes.

The Chairman: You said you wanted questions to be asked. I am trying to ask questions. I am not sure about this, but I have understood that free distribution papers, such as a shopper, cannot charge as much for ads because they are free, whereas paid subscriptions mean people are actually putting down money to read a paper. You have a better chance that your ad will be read, so you can charge more for it.

Mr. Henley: Yes.

The Chairman: Are you suggesting that the gap in rates was greater than those two market facts would normally have made it?

Mr. Henley: Well, that is certainly a subjective viewpoint in any case, but yes, that is what I would suggest.

The Chairman: Would you go so far as to say that what was going on was predatory pricing?

Mr. Henley: Well —

The Chairman: You are protected in a room like this.

Mr. Henley: Yes, and that is why I mentioned the Competition Bureau, because we had thought of taking it to them, but when our legal advisers told us the problems that we would have there, we decided that it was not worthwhile pursuing that because of the success rate, because of the cost, because of getting tied up in court with a company that could afford legal rates that we could not.

The Chairman: So you just did not lay a complaint?

Mr. Henley: We did not do anything about it, no; we could not.

Senator Munson: Just to follow the flow of questioning, you did not go to the Competition Bureau. What would have to change for the Competition Bureau to be effective, to protect people like you? You were just marched out of the business.

Mr. Henley: Yes, pretty much.

Senator Munson: It is hardly a level playing field in the province of New Brunswick.

Mr. Henley: We certainly did not think so.

In answer to your question, I guess we would like to see greater empathy for our plight from the people at the Competition Bureau and for them to be a little tougher when it come to this type of situation.

La présidente : Lorsque vous étiez propriétaires, on obtenait le *Bugle* au moyen d'un abonnement payant?

M. Henley : Oui.

La présidente : J'essaie de pousser un peu plus loin.

M. Henley : Oui.

La présidente : Vous avez dit vouloir que l'on vous pose des questions. J'essaie d'en poser. Je ne suis pas certaine de ce que j'avance, mais je crois comprendre que les journaux distribués gratuitement, tels que les journaux d'annonces publicitaires, ne peuvent pas facturer autant pour les annonces, parce qu'ils sont gratuits, alors qu'il y a des abonnements payants, cela signifie que les gens versent de l'argent pour lire le journal. Il y a une plus grande probabilité que l'annonce sera lue, et vous pouvez donc la vendre à prix plus élevé.

M. Henley : Effectivement.

La présidente : Prétendez-vous que l'écart entre les tarifs était supérieur à ce qu'il aurait normalement dû être entre ces deux situations?

M. Henley : Eh bien, il s'agit certainement d'un point de vue subjectif, mais oui, c'est bien ce que je prétends.

La présidente : Iriez-vous jusqu'à dire que vos concurrents avaient recours à des prix abusifs?

M. Henley : Eh bien...

La présidente : Dans une salle comme celle-ci, vous êtes protégé.

M. Henley : Oui, et c'est pourquoi j'ai parlé du Bureau de la concurrence. Nous avions songé les traîner devant ce bureau, mais lorsque nos avocats nous ont parlé des problèmes auxquels nous serions confrontés, nous avons décidé qu'il ne valait pas la peine de pousser en ce sens vu les taux de réussite, les coûts et le risque d'être pris dans les filets de procès multiples avec une entreprise qui pouvait se permettre des dépenses judiciaires que nous ne pouvions pas évaluer.

La présidente : Vous vous êtes donc contentés de ne pas déposer de plainte?

M. Henley : Nous n'avons effectivement rien fait. Nous ne pouvions pas agir.

Le sénateur Munson : Donc, pour bien suivre le raisonnement, vous ne vous êtes pas adressés au Bureau de la concurrence. Qu'est-ce qui devrait changer pour que le Bureau de la concurrence soit efficace, qu'il puisse protéger des gens comme vous? Vous avez simplement été évincés du marché.

M. Henley : Oui, essentiellement.

Le sénateur Munson : On ne peut pas dire que les chances sont égales pour tous au Nouveau-Brunswick.

M. Henley : Nous avons bien vu qu'elles ne l'étaient pas.

Pour répondre à votre question, je suppose que nous voudrions que les responsables, au Bureau de la concurrence, fassent preuve d'une plus grande empathie à notre endroit et qu'ils aient un peu plus de poigne dans ce genre de situation.

Senator Munson: I will probably get back to this, but in Halifax, Nova Scotia, there seems to be room for two newspapers; granted, one is a tabloid, but this also appears to be the case in Saint John and Moncton.

Mr. Henley: Yes.

Senator Munson: I just cannot understand why there is not enough room for another newspaper in this province, somebody with courage, lots of money, to compete against the monopoly that exists here today.

Mr. Henley: I can answer that. I refer back to all the business sectors owned by the Irving family. When we started the *Northside News* in Fredericton, we found, whether this was real or imagined, that sometimes we were forced out of sales by Irving-owned companies, because when we went in there, Irving felt that we were really operating in their territory. That was sacred ground as far as they were concerned and they really did not want us to be there.

Senator Munson: Therefore, if you own everything in the province, you have the ability to deny advertising to anybody who wants to be competitive?

Mr. Henley: That is right.

Senator Munson: Go ahead. I should not be shocked or startled.

Senator Trenholme Counsell: I was in Fredericton for a long time and I had the impression the *Northside News* was very popular with the people, that it was theirs. It was free, was it not?

Mr. Henley: Yes, it was free.

Senator Trenholme Counsell: Again, it must have been your bottom line, and we can all understand that.

Mr. Henley: Yes.

Senator Trenholme Counsell: Were there other pressures? You sold it and then it was closed by the new owners?

Mr. Henley: That is correct. It was closed, much to the disappointment of a lot of people on the north side, because it was a very popular paper. We started it because of the new high school that was being built there and we felt there would be a competition between the north side and the south side. As you know, the north side is growing very quickly and we saw a market there for a paper that, again, paid attention to local news. Nearly everything in that paper dealt with the north side of the river; not very much came from the south side, other than the odd parliamentary item. Everything was north side, north side. When that was sold, that paper was closed down.

Le sénateur Munson : Je reviendrai probablement là-dessus, mais à Halifax, en Nouvelle-Écosse, il semble y avoir assez de place pour deux journaux; dont l'un des deux est un tabloïde, mais il semble que cela soit également le cas à Saint John et à Moncton.

M. Henley : Oui.

Le sénateur Munson : Je n'arrive simplement pas à comprendre pourquoi il n'y a pas assez de place pour un autre journal dans cette province, appartenant à quelqu'un qui aurait du courage et beaucoup d'argent, pour livrer concurrence au monopole qui existe ici actuellement.

M. Henley : Je peux répondre à cela. Je songe à toutes les entreprises dans divers secteurs appartenant à la famille Irving. Lorsque nous avons lancé le *Northside News*, à Fredericton, nous avons constaté — vérité ou imagination, qui sait? — que nous étions parfois exclus de certaines ventes par des entreprises appartenant à Irving, parce que lorsque nous essayions de pénétrer ces marchés, la famille Irving semblait trouver que nous empiétions sur son territoire. En ce qui concernait les Irving, c'était des terres sacrées et ils ne voulaient surtout pas que nous les foulions du pied.

Le sénateur Munson : Par conséquent, si vous êtes propriétaire d'absolument tout dans la province, il vous est loisible de refuser d'acheter de la publicité à quiconque veut vous faire concurrence?

M. Henley : C'est exact.

Le sénateur Munson : Allez-y. Cela ne devrait ni me choquer ni m'étonner.

Le sénateur Trenholme Counsell : J'ai longtemps vécu à Fredericton et j'avais l'impression que le *Northside News* était très populaire auprès des lecteurs, que c'était leur journal. Il était distribué gratuitement, n'est-ce pas?

M. Henley : Oui. Il était gratuit.

Le sénateur Trenholme Counsell : Encore une fois, c'est votre bilan qui a dû compter le plus, et nous comprenons tous cela.

M. Henley : Oui.

Le sénateur Trenholme Counsell : Y a-t-il eu d'autres pressions? Vous l'avez vendu et les nouveaux propriétaires l'ont ensuite supprimé?

M. Henley : C'est exact. Il a été supprimé, au grand chagrin de beaucoup d'habitants de la région septentrionale, parce que c'était un journal très populaire. Nous l'avons lancé parce qu'on annonçait la construction d'une nouvelle école secondaire dans cette région et nous trouvions qu'il y aurait une concurrence entre la zone nord et la zone sud. Comme vous le savez, la zone nord connaît une croissance très rapide et nous avons pensé qu'il y avait là un marché pour un journal qui, je le répète, s'intéresserait aux dossiers locaux. Presque tout dans ce journal portait sur ce qui se passait du côté de la rive nord et non du côté de la rive sud, exception faite de rares articles sur les activités parlementaires. Nous ne nous intéressions vraiment qu'à la rive nord. Lorsque nous avons vendu, on a supprimé le journal.

Senator Trenholme Counsell: Did you sell it as a package then, with *The Bugle*?

Mr. Henley: Yes.

Senator Trenholme Counsell: Just looking at your daughter's reaction and that of the people in the community, I presume it would not have been possible financially for you to keep that one?

Mr. Henley: It would have been impossible.

Senator Trenholme Counsell: Where would you print it? Where were you printing it before?

Mr. Henley: We were printing it. We had our printing plant in Woodstock.

Senator Trenholme Counsell: Which, of course, is gone now?

Mr. Henley: It is gone. I believe our press is now in Peru.

Senator Trenholme Counsell: Has there been any effort by any community group or any person on the north side to start something, even something like what used to exist here in small cities?

Mr. Henley: Not to my knowledge. I think it would be an impossible venture. It was very tough when we did it, and we had our own printing press. Anybody trying to start a paper without their own printing press would find it a tough row to hoe.

The Chairman: What happened in commercial terms when you were publishing the *Northside News*? What happened, for example, in terms of ad sales and competitive activity there?

Mr. Henley: Well, one instance that I can tell you about I learned as a result of a conversation with one of our advertising salespeople, who came back to the office one day and said, "You know, I almost had a deal with Canadian Tire for a full-page ad." I cannot now remember what our rates were.

The Chairman: A full page is nice.

Mr. Henley: Yes. She said, "I lost it to *The Daily Gleaner* because even though their rates were in the vicinity of \$15,000, \$16,000, \$18,000, when they could see a deal in the offing with the *Northside News*, they offered it to Canadian Tire for \$400, including colour, which was bad enough. Then the next week, the salesperson came back and said, "Guess what? If Canadian Tire repeats that ad, they can run it for \$200." That is a long way from the published rates and I doubt very much those rates would have existed if we had not been present.

The Chairman: Did you get the ad as well?

Mr. Henley: No.

Le sénateur Trenholme Counsell : L'avez-vous vendu avec le *Bugle*, en une transaction unique?

M. Henley : Oui.

Le sénateur Trenholme Counsell : Compte tenu de la réaction de votre fille et de celle des gens de la région, j'imagine que, financièrement, il ne vous aurait pas été possible de garder uniquement ce journal?

M. Henley : Ç'aurait été impossible.

Le sénateur Trenholme Counsell : Où le feriez-vous imprimer? Où le faisiez-vous imprimer auparavant?

M. Henley : Nous l'imprimions nous-mêmes. Nous avions une imprimerie à Woodstock.

Le sénateur Trenholme Counsell : Qui, bien sûr, n'existe plus?

M. Henley : Elle a disparu. Je crois que notre presse se trouve actuellement au Pérou.

Le sénateur Trenholme Counsell : Y a-t-il un groupe de personnes ou un particulier de la région nord qui a tenté de créer une nouvelle publication, quand ce ne serait que quelque chose de semblable à ce qui existait ici auparavant, dans les petites villes?

M. Henley : Pas que je sache. Je crois que ce serait une entreprise impossible. Les choses étaient déjà très difficiles pour nous, et pourtant nous avions notre propre presse à imprimer. Quiconque essaierait de publier un journal sans avoir sa propre presse à imprimer trouverait la situation très dure.

La présidente : Du point de vue commercial, que s'est-il produit lorsque vous publiez le *Northside News*? Que s'est-il produit concernant, par exemple, les ventes de publicité et la dynamique concurrentielle?

M. Henley : Eh bien, je peux vous parler d'un cas d'espèce dont j'ai pris connaissance lors d'une conversation avec l'une de nos vendeuses de publicité. Elle était rentrée au bureau un jour et m'avait dit : « J'ai presque failli vendre une pleine page de publicité à Canadian Tire ». Je ne me souviens plus des tarifs que nous pratiquions à l'époque.

La présidente : Une pleine page, c'est intéressant.

M. Henley : Effectivement. Elle a ajouté : « C'est le *Daily Gleaner* qui a fini par l'emporter ». En effet, même si ses tarifs officiels étaient d'environ 15 000 \$, 16 000 \$ ou 18 000 \$, voyant qu'un marché allait être conclu avec le *Northside News*, le *Daily Gleaner* avait offert à Canadian Tire de publier son annonce pour 400 \$, impression couleur comprise, ce qui était déjà incroyable. Ensuite, la semaine suivante, la vendeuse revient me voir et me dit : « Vous ne savez pas la meilleure! Si Canadian Tire republie son annonce, le *Daily Gleaner* est prêt à la publier pour 200 \$ ». Cela est bien loin des tarifs officiels annoncés et je doute que ces aubaines auraient existé si nous n'avions pas été là.

La présidente : Est-ce que l'annonce a été publiée chez vous également?

M. Henley : Non.

The Chairman: Did you ever have any indication that potential advertisers were told that if they advertised with you, they would not be able to advertise in *The Gleaner*, or anything like that?

Mr. Henley: Not to my knowledge, no.

The Chairman: When did you start the paper?

Mr. Henley: We operated the paper for three years.

The Chairman: Did you start it? You launched it?

Mr. Henley: Yes, we started it.

The Chairman: Did you ever make money on it?

Mr. Henley: Not over the course of a year. We had some months that were profitable, but over the course of the year, no.

The Chairman: Was the trend improving?

Mr. Henley: Yes. I think if we had been able to stay there a little longer it would have improved, because people were starting to get used to it. My experience has been, when you start a paper, unfortunately, people say "Well yes, okay, we will see how you do." Very often, while they are waiting to see how you do, you go under. However, we had the press and we had the power of the other community newspapers to support that paper. We hung in there, and each year it got better.

The Chairman: Your press was in Woodstock?

Mr. Henley: Yes.

The Chairman: How old was it?

Mr. Henley: We were burned to the ground in October 1984 and ordered a new press at that time.

The Chairman: Was it brand new or new to you?

Mr. Henley: It was a brand-new press at that time. The press, our building and pretty much everything in it was post-1984.

The Chairman: That is not old for presses.

Mr. Henley: No.

The Chairman: This was an offset press?

Mr. Henley: This was a web offset press, yes.

The Chairman: You think it is in Peru now?

Mr. Henley: I have heard it is.

The Chairman: Or somewhere, anyway.

Mr. Henley: Somewhere.

The Chairman: It is not in Woodstock any more.

Mr. Henley: It is nowhere close to New Brunswick.

The Chairman: You had four papers. Were the two papers in Maine part of the same deal?

La présidente : Avez-vous des raisons de croire que les annonceurs en puissance se sont plus ou moins fait dire que s'ils plaçaient de la publicité dans votre journal, ils ne pourraient pas annoncer dans le *Gleaner*?

M. Henley : Non, pas à ma connaissance.

La présidente : Quand avez-vous lancé le journal?

M. Henley : Nous avons publié ce journal pendant trois ans.

La présidente : L'avez-vous lancé vous-même?

M. Henley : Oui, c'est nous qui l'avons lancé.

La présidente : Avez-vous tiré des bénéfices de sa publication?

M. Henley : Jamais pour une année entière. Il y a eu certains mois où cela a été rentable, mais jamais toute une année.

La présidente : La tendance s'améliorait-elle?

M. Henley : Oui. Je crois que si nous avions pu durer un peu plus longtemps, elle se serait améliorée, parce que les gens commençaient à s'y habituer. D'après mon expérience, lorsqu'on lance un journal, les gens ont malheureusement tendance à dire : « Bon, très bien, nous verrons bien ce que vous ferez ». Très souvent, pendant qu'ils attendent de voir comment vous vous débrouillez, vous faites faillite. Toutefois, nous avions une presse et nous avions l'avantage d'avoir d'autres journaux communautaires pour soutenir celui-ci. Nous nous sommes accrochés et cela s'améliorait tous les ans.

La présidente : Votre presse était à Woodstock?

M. Henley : Oui.

La présidente : C'était une vieille presse?

M. Henley : Nous avons eu un incident qui a tout détruit en octobre 1984 et nous avons commandé une nouvelle presse à ce moment-là.

La présidente : Une presse toute neuve ou d'occasion?

M. Henley : C'était une presse toute neuve à l'époque. La presse à imprimer, l'immeuble dans lequel nous étions et pratiquement tout le reste dataient d'après 1984.

La présidente : Pour une presse, ce n'est pas très vieux.

M. Henley : Non.

La présidente : C'était une presse offset?

M. Henley : C'était une presse offset à bobines, oui.

La présidente : Vous croyez qu'elle est au Pérou, maintenant?

M. Henley : C'est ce que j'ai entendu dire.

La présidente : En tout cas, elle est ailleurs.

M. Henley : Elle est ailleurs.

La présidente : Elle n'est plus à Woodstock.

M. Henley : Elle est bien loin du Nouveau-Brunswick.

La présidente : Vous aviez quatre journaux. Les deux journaux que vous aviez dans le Maine ont-ils fait partie du même marché?

Mr. Henley: No. I would have liked them to be part of it, because obviously, after we sold, we did not have a press to print them on and we had to go elsewhere. We subsequently had to close the tiny one in a place called Fort Fairfield, right on the border. We still operate one down in Millinocket, Maine, which is a mill town.

The Chairman: You still have that one?

Mr. Henley: We still have that one, yes.

The Chairman: You sold four papers in New Brunswick and a printing plant?

Mr. Henley: Correct.

The Chairman: Two of the papers were closed?

Mr. Henley: Well, one was closed, one was merged.

The Chairman: One was closed, one was merged, and the two others are still there? I am sorry.

Mr. Henley: Yes, one of the other two was renamed, and I have not seen it, but I understand that the other one in Grand Falls was then turned into a completely French newspaper because the renamed one was aimed more at the English-speaking population in Grand Falls.

The Chairman: I think you said half a million dollars of payroll went out of Woodstock?

Mr. Henley: Yes, almost.

The Chairman: Was that the printing plant?

Mr. Henley: That was everything: our production, sales, administration, the whole operation.

The Chairman: It is all done centrally now?

Mr. Henley: Yes.

The Chairman: What is in Woodstock now; a couple of reporters?

Mr. Henley: Our building went with it and it was large enough to house all those things you needed. I understand now the basement is not being used at all. It is a 60-by-60-foot building. Of course, as you know, the technical part of putting a newspaper together has changed. Now it is all computers, and when you walk into a newspaper office you could just as easily be in an insurance company.

The Chairman: However, as far as you know, they must have some reporters in Woodstock.

Mr. Henley: Yes, they do. They have reporters and they have some production people. They do the ads there. They make up the pages there and then send it over.

The Chairman: Then they ship it all down to the central plant and it is shipped back?

M. Henley : Non. J'aurais bien aimé qu'ils en fassent partie, parce qu'évidemment, après avoir vendu, nous n'avions plus de presse pour les imprimer et nous avons dû nous adresser ailleurs. Ulérieurement, nous avons dû mettre fin au tout petit journal que nous publiions à Fort Fairfield, à deux pas de la frontière. Nous avons toujours un journal à Millinocket, dans le Maine, ville connue pour ses papeteries.

La présidente : Vous avez toujours ce journal?

M. Henley : Oui, nous l'avons toujours.

La présidente : Vous avez vendu quatre journaux au Nouveau-Brunswick et une imprimerie?

M. Henley : C'est exact.

La présidente : Deux des journaux ont été supprimés?

M. Henley : En fait, l'un d'eux a été supprimé, l'autre a été fusionné à un troisième journal.

La présidente : L'un a été supprimé, l'autre a fusionné, et les deux autres sont encore là? Pardon, je ne comprends pas.

M. Henley : Oui, l'un des deux autres a été renommé, et je ne l'ai pas vu, mais je crois comprendre que l'autre, celui de Grand-Sault, a ensuite été transformé en journal entièrement français parce que le premier, celui qui avait changé de nom, ciblait plus particulièrement la population anglophone de Grand-Sault.

La présidente : Je crois que vous avez dit qu'une masse salariale d'un demi-million de dollars a été retirée à Woodstock?

M. Henley : Oui, plus ou moins.

La présidente : Il s'agissait des travailleurs de l'imprimerie?

M. Henley : C'était tout le monde : le personnel chargé de la production, des ventes, de l'administration, de toutes nos opérations.

La présidente : Tout cela se fait centralement, maintenant?

M. Henley : Oui.

La présidente : Qu'y a-t-il à Woodstock actuellement? Deux ou trois journalistes?

M. Henley : Notre immeuble a été vendu et il était assez grand pour loger tous ceux dont on avait besoin. Je crois comprendre que l'on ne se sert plus du tout du sous-sol. C'est un immeuble de 60 pieds sur 60. Bien sûr, comme vous le savez, les méthodes techniques de production des journaux ont évolué. Maintenant, tout se fait par ordinateur et, lorsque vous entrez dans les bureaux d'un journal, vous pouvez avoir l'impression d'être dans le bureau d'une compagnie d'assurances.

La présidente : Toutefois, d'après ce que vous en savez, ils doivent avoir quelques journalistes à Woodstock.

M. Henley : Oui, ils en ont. Ils ont des journalistes et ils ont quelques personnes chargées de la production. C'est là que l'on prépare les annonces publicitaires. C'est là également que se fait la composition des pages, avant de les envoyer à leur destination.

La présidente : Ensuite, tout cela est expédié à l'imprimerie centrale, qui réexpédie les journaux ultérieurement?

Mr. Henley: Yes, that is correct.

The Chairman: They did not lay off newsgathering staff in Woodstock, as far as you know?

Mr. Henley: No, they still have the same complement.

The Chairman: Why did you sell to Irving?

Mr. Henley: That is an interesting question, but easily answered too, because when Irving first approached, naturally, I thought, "Well, who else could do this?" I contacted some Upper Canadian firms and there was absolutely no interest. I am of the opinion, and this is strictly my own feeling, that again, those firms felt, "If we go into New Brunswick to try to operate newspapers and we are trying to sell advertising to largely Irving-backed companies, they will eventually put us out of business."

The Chairman: May I ask if one of the firms you approached was Transcontinental?

Mr. Henley: Yes, it was.

The Chairman: They did not bite?

Mr. Henley: They were not interested at all, no.

The Chairman: Because they have been investing heavily in the Atlantic provinces.

Mr. Henley: That is what surprised me, but at that time, they were not interested.

The Chairman: The sale was completed in November of 2002?

Mr. Henley: Yes.

The Chairman: Irving was your only customer?

Mr. Henley: Yes.

The Chairman: You believed that they had so conducted themselves as to reduce the price that they would have to pay for your operations?

Mr. Henley: Correct.

The Chairman: Do you have any documents?

Mr. Henley: Regarding?

The Chairman: I do not mean any documents about conspiracies of one sort or another, but things like ad rate schedules, ad contracts, anything?

Mr. Henley: Left over from those days?

The Chairman: Yes.

Mr. Henley: I might have. My wife is constantly telling me to throw things out. I try to horde them, but she is more successful.

The Chairman: I think in every family there is someone who hordes and someone who throws out.

M. Henley : Oui, c'est exact.

La présidente : À votre connaissance, à Woodstock, ils n'ont pas mis à pied le personnel chargé de la collecte de nouvelles?

M. Henley : Non, ils ont toujours le même effectif.

La présidente : Pourquoi avez-vous vendu à Irving?

M. Henley : C'est une question intéressante, mais il est également facile d'y répondre. Lorsque les Irving ont établi le premier contact, j'ai naturellement pensé : « Oui, qui d'autre qu'eux pourrait faire cela? » Je suis entré en communication avec quelques entreprises du Canada, et elles n'ont manifesté absolument aucun intérêt. Je crois, et cela est strictement le fruit de mes propres réflexions, que ces entreprises se sont dit : « Si nous allons au Nouveau-Brunswick pour essayer d'y publier des journaux et si nous essayons de vendre de la publicité aux nombreuses entreprises relevant des Irving, nous allons finir par tout perdre ».

La présidente : Puis-je vous demander si l'une des sociétés avec lesquelles vous avez communiqué était Transcontinental?

M. Henley : Oui, c'était l'une d'elles.

La présidente : Et ils n'ont pas mordu?

M. Henley : Non, ils n'étaient pas du tout intéressés.

La présidente : Parce qu'ils ont beaucoup investi ces dernières années dans les provinces de l'Atlantique.

M. Henley : C'est ce qui m'a surpris, mais à l'époque, ils n'étaient pas intéressés.

La présidente : La vente a été conclue en novembre 2002?

M. Henley : Oui.

La présidente : Irving était votre seul client?

M. Henley : Oui.

La présidente : Vous estimiez qu'ils s'étaient conduits de façon à réduire le prix qu'ils auraient à payer pour acquérir vos entreprises?

M. Henley : C'est exact.

La présidente : Avez-vous des documents?

M. Henley : À quel sujet?

La présidente : Je ne veux pas dire des documents sur une quelconque conspiration, mais des choses telles que les barèmes des tarifs de publicité, des contrats publicitaires ou quoi que ce soit de ce genre.

M. Henley : De l'époque?

La présidente : Oui.

M. Henley : Peut-être que oui. Ma femme me dit constamment de jeter ces vieilles choses. J'essaie de les amasser, mais elle a plus de succès que moi.

La présidente : Je crois que, dans toutes les familles, il y a une personne qui amasse et une autre qui jette.

Mr. Henley: I believe I have a few ad rate cards.

The Chairman: Anything that you have that might be relevant to what we have been discussing, we would be grateful to receive.

Senator Trenholme Counsell: Mr. Henley, putting aside your own experience, do you think it is possible, with the advent of highly expensive and modern presses, for the world of journalism, the world of community papers, to even think of functioning as they did in the past? We are talking about a very small province. It does not compare, perhaps, with Alberta or Ontario or British Columbia. In a province like ours, where you will only print such a few copies, is it possible to continue?

Mr. Henley: Obviously, it is becoming more and more difficult. It becomes more difficult each year for the whole print industry because the Internet is now such a powerful player, and as you probably know, daily newspaper circulation in general is shrinking. It is tough now to be in that business, and especially to try to start something.

Senator Trenholme Counsell: I am certainly not an advocate for anyone's business interests, but could it ever be said that in New Brunswick we are lucky to have a family that will keep all these papers going? Now, I know you say we have gone from four to two community newspapers in your area. I have wondered whether it is our good fortune that we are in a business situation where we can continue to have all of these small papers, considering our low population.

Mr. Henley: Generally speaking, the Irvings have been good for New Brunswick. They have created a lot of jobs here. They have developed the economy to a significant degree, thankfully.

The Chairman: We are talking about newspapers now.

Mr. Henley: I was just about to say that they have not started any newspapers, to my knowledge, from scratch, so nothing new has been added. Therefore, whether the Irvings own them or they are owned by private entrepreneurs, there would still be the same number of newspapers existing in the province.

Senator Trenholme Counsell: Well, maybe yes, maybe no, because, remember, the English-speaking population is only around 500,000. It is a tiny population.

Mr. Henley: Yes.

Senator Trenholme Counsell: Within that population, we have three or four dailies, and then, of course, for the other third of the population, there is another daily. If you consider the population compared to the rest of the country, we still have a lot of papers.

M. Henley : Je crois avoir quelques cartes indiquant les tarifs de publicité.

La présidente : Nous vous saurions gré de nous faire parvenir tout ce que vous avez et qui pourrait concerner les choses dont nous avons discuté.

Le sénateur Trenholme Counsell : Monsieur Henley, en faisant abstraction de votre propre expérience, et sachant qu'il existe maintenant des presses modernes extrêmement coûteuses, croyez-vous qu'il est possible pour le monde du journalisme ou le monde des journaux communautaires de songer à fonctionner comme on fonctionnait dans le passé? Nous parlons dans ce cas-ci d'une très petite province. Cela ne se compare pas à l'Alberta, l'Ontario ou la Colombie-Britannique. Dans une province comme la nôtre, où l'on ne peut imprimer que si peu d'exemplaires, est-il possible de continuer?

M. Henley : Il est évident que cela devient de plus en plus difficile. Tous les ans, la situation devient de plus en plus difficile pour l'ensemble du secteur de l'imprimé, parce qu'Internet est désormais si puissant et, comme vous le savez probablement, le tirage de tous les quotidiens va généralement en diminuant. Il est très dur maintenant d'œuvrer dans ce secteur et plus particulièrement d'essayer de lancer une nouvelle publication.

Le sénateur Trenholme Counsell : Je ne suis certainement pas ici pour défendre les intérêts commerciaux de qui que ce soit, mais pourra-t-on jamais dire qu'au Nouveau-Brunswick nous avons de la veine d'avoir une famille qui soit prête à soutenir tous ces journaux? Je sais bien que vous dites que nous sommes passés de quatre journaux communautaires à deux dans votre région. Je me suis cependant demandé si nous n'avions pas de la chance d'être dans une situation commerciale où nous pouvons continuer à avoir tous ces petits journaux, compte tenu de notre faiblesse démographique.

M. Henley : De façon générale, les Irving ont été un bienfait pour le Nouveau-Brunswick. Ils ont créé beaucoup d'emplois ici. Dieu merci, ils ont considérablement fait prospérer l'économie.

La présidente : Il s'agit des journaux.

M. Henley : J'allais justement dire qu'ils n'ont pas lancé un nouveau journal, de A à Z, pour autant que je sache et rien de nouveau n'a donc été ajouté. Par conséquent, que ces journaux appartiennent aux Irvings ou à d'autres entrepreneurs privés, ça ne change pas le nombre de journaux qui existent dans la province.

Le sénateur Trenholme Counsell : Peut-être que oui ou peut-être que non car n'oubliez pas qu'il n'y a que 500 000 anglophones. Ils sont très peu nombreux.

M. Henley : C'est vrai.

Le sénateur Trenholme Counsell : Pour cette population, il y a trois ou quatre quotidiens et, bien sûr, pour un tiers de la population il y a un autre quotidien. Si vous comparez la population du Nouveau-Brunswick à celle du reste du pays, elle a quand même beaucoup de journaux.

Mr. Henley: Thank God. However, in some places in the United States, there are very successful papers operating with a circulation as low as 1,200. I do not know how they do it, but I know of several such papers.

The Chairman: What was the circulation of your papers and what was the trend at the time that you sold them?

Mr. Henley: Our circulation pretty well stayed constant in all our papers. *The Bugle's* was about 5,800, I believe.

The Chairman: That was your largest paper?

Mr. Henley: Yes. The Perth-Andover paper was around 2,400 and the *Cataracte* up in Grand Falls was 3,300, I believe.

The Chairman: You did have new presses.

Mr. Henley: Yes.

The Chairman: I assume they were modern presses?

Mr. Henley: Very modern. We probably had the most modern weekly community newspaper printing plant in New Brunswick.

The Chairman: Yes. I assume some of that came from insurance money? After everything was lost, you had to have some insurance.

Mr. Henley: Yes.

The Chairman: Was that enough, or did you have a heavy debt load?

Mr. Henley: Oh no, we had some very rough banking experiences after the fire.

The Chairman: By 2002, was the debt gone?

Mr. Henley: Yes. Well, a debt is never gone because you are always buying more things.

The Chairman: Yes, but it was not the classic case of you have to sell at fire-sale prices?

Mr. Henley: Oh no, not at all.

Senator Munson: We will hear from Brunswick News tomorrow, and we have heard a lot this morning and this afternoon, but I am sure that Brunswick News will have their side of the story.

Mr. Henley: Sure.

Senator Munson: As a former reporter and after doing this job for more than 30 years, I think what you have said is a sad commentary on the freedom of diverse voices in New Brunswick. To me, it is not the survival of the fittest; it is the survival of the wealthiest.

Mr. Henley: What concerns me is that same body owns and controls so many different business sectors as well as the press.

M. Henley : Dieu merci. Il n'empêche qu'à certains endroits aux États-Unis, il y a des journaux qui réussissent très bien avec un tirage d'à peine 1 200. Je ne sais pas comment ils font, mais je sais qu'il en existe plusieurs.

La présidente : Quel était le tirage de vos journaux et la tendance au moment où vous les avez vendus?

M. Henley : Le tirage de tous nos journaux était plus ou moins stable. Le tirage du *Bugle* était d'environ 5 800, je crois.

La présidente : C'était votre plus grand journal?

M. Henley : Oui. Le tirage du journal de Perth-Andover était d'environ de 2 400 et celui du *Cataracte*, à Grand-Sault, de 3 300, je crois.

La présidente : Et vous aviez de nouvelles presses.

M. Henley : Oui.

La présidente : Je présume que c'était des presses d'imprimerie modernes?

M. Henley : Très modernes. Nous avions probablement l'imprimerie la plus moderne de tous les hebdomadaires communautaires du Nouveau-Brunswick.

La présidente : Oui, et je présume qu'elles avaient été payées en partie par l'assurance? Après avoir tout perdu, vous avez reçu de l'argent de la compagnie d'assurance.

M. Henley : Oui.

La présidente : Est-ce que cela a été suffisant ou avez-vous dû vous endetter lourdement?

M. Henley : Oh non, nous avons connu des difficultés avec la banque après l'incendie.

La présidente : Mais dès 2002, vous aviez remboursé votre dette, n'est-ce pas?

M. Henley : Oui. En fait, nous avions encore une dette car il faut toujours acheter de l'équipement.

La présidente : Oui, mais il ne s'agissait pas du cas classique de celui qui doit vendre à rabais après un incendie.

M. Henley : Oh non, pas du tout.

Le sénateur Munson : Nous entendrons un représentant de Brunswick News demain. Nous avons beaucoup entendu parler de Brunswick News ce matin et cet après-midi, et je suis certain que son représentant nous donnera sa version des faits.

M. Henley : Certainement.

Le sénateur Munson : Ayant moi-même été journaliste pendant plus de 30 ans, j'estime que ce que vous nous avez raconté témoigne de l'état lamentable de la liberté de parole au Nouveau-Brunswick. Il semble que ce ne soit pas la loi du plus fort qui s'applique, mais bien la loi du plus riche.

M. Henley : Ce qui m'inquiète, c'est qu'une seule société soit propriétaire et contrôle tant de secteurs commerciaux en plus de la presse.

The Chairman: Are there any questions you expected us to ask or thought we should ask that we have not?

Mr. Henley: No, there are not. I came with great trepidation, based on my comments about the sale agreement, so I did not anticipate any questions and I was very fearful of any answers I might give. When I reflect on this, I will probably be in even worse shape.

The Chairman: No, no. We are very grateful to you. Obviously, we will be hearing from Brunswick News, and we will ask for their side of this story and of others. However, it is very important and in the public interest for people who have a story to tell to come and tell it.

Mr. Henley: May I make a comment on that?

The Chairman: Yes.

Mr. Henley: When all this was going on, I spoke with newspaper publishers, mainly in Nova Scotia, who were afraid to make comments about media concentration lest one of these giants knocked on their door and their negotiating position was compromised in some way. By the same token, I spoke with politicians who I had hoped would raise a voice, and in some cases, they were fearful that their career could be jeopardized as well, and that was disappointing.

The Chairman: I am sure. Thank you very much indeed, Mr. Henley.

Mr. Henley: Thank you. It was a pleasure.

The Chairman: It has been, to say the least, an interesting session.

Colleagues, we now welcome Mr. Jack McAndrew. Mr. McAndrew is from Prince Edward Island. He has been a reporter for a long time.

Mr. Jack McAndrew, as an individual: May I tell you an anecdote about Mr. Henley?

The Chairman: Sure.

Mr. McAndrew: Mr. Henley and I at one time both worked for the Canadian Broadcasting Corporation in Halifax. He was then a unit manager, which meant that he managed budgets for various programs. On one of my departures from the CBC, we were having a few farewell glasses of tomato juice on a Friday afternoon, and I turned to Mr. Henley and said, "Can you get my final paycheque for me, because they have not given it to me yet?" Mr. Henley went over to some office or other and came back in about half an hour and said, "Jack, they will not give me your paycheque." I said, "Why not? It is my money. I earned it, they owe it." He said, "Well, it is something about a travel claim." I said, "I do not owe them any travel claims." "Well," he said, "It is something about a pair of sneakers." I said, "Pair of sneakers?" Then I recalled that two years earlier, I had gone aboard a 35-foot sailing vessel to go down to Gloucester, Massachusetts, sail back and do a film about it, and I had bought a pair of deck shoes.

La présidente : Y a-t-il des questions auxquelles vous vous attendiez à répondre ou que nous aurions dû vous poser et que nous n'avons pas posées?

M. Henley : Non. Étant donné l'entente que j'ai signée au moment de la vente, j'appréhendais mon témoignage car je craignais de vous donner des réponses que cette entente ne me permettait pas de faire, mais, non, je ne m'attendais pas à quelque question particulière que ce soit. Mais quand j'y pense, je me dis que ma situation empirera.

La présidente : Non, non. Nous vous sommes très reconnaissants. Bien sûr, quand le représentant de Brunswick News sera présent, nous lui demanderons de commenter vos remarques et celles d'autres témoins. Toutefois, il est très important et dans l'intérêt public que ceux qui ont quelque chose à dire puissent le faire.

M. Henley : Puis-je ajouter une chose?

La présidente : Oui.

M. Henley : Pendant toute cette affaire, j'ai parlé à des éditeurs de journaux, surtout au Nouveau-Brunswick, qui craignaient de se prononcer sur la concentration des médias de crainte de compromettre leur position de négociation dans d'éventuels pourparlers avec l'un de ces géants. De même, je me suis entretenu avec des politiciens dont j'espérais qu'ils m'appuient publiquement, mais certains ont dit craindre pour leur carrière et cela m'a déçu.

La présidente : Je comprends. Merci beaucoup monsieur Henley.

M. Henley : Il n'y a pas de quoi, merci à vous.

La présidente : Le moins que l'on puisse dire, c'est que votre témoignage a été intéressant.

Chers collègues, nous accueillons maintenant M. Jack McAndrew, de l'Île-du-Prince-Édouard. Il a été journaliste pendant longtemps.

M. Jack McAndrew, à titre personnel : Puis-je vous raconter une anecdote sur M. Henley?

La présidente : Certainement.

M. McAndrew : À une certaine époque, M. Henley et moi travaillions tous les deux à la CBC, à Halifax. Il était alors gestionnaire de service, ce qui signifie qu'il gérât les budgets des divers programmes. À l'occasion d'un de mes départs de la CBC, devant un verre de jus de tomate, un vendredi après-midi, je me suis tourné vers M. Henley pour lui dire : « Pourriez-vous me donner mon dernier chèque de paie, je ne l'ai pas encore eu? ». M. Henley est disparu et revenu environ une demi-heure plus tard pour me dire qu'on refusait de me donner mon chèque de paie. Je lui ai demandé pourquoi. Après tout, c'était mon argent, je l'avais gagné. Il m'a répondu : « Cela a à voir avec une demande de remboursement de frais de déplacement. » Je lui ai répondu que je ne devais pas d'argent pour des dépenses de voyage. Il m'a alors dit qu'il s'agissait d'une paire de souliers de course. « Des souliers de course? », lui ai-je dit. Je me suis alors rappelé que deux ans plus tôt, j'avais tourné un reportage sur un voilier de 35 pieds qui

Two years later, the CBC was asking for the return of these deck shoes before they would give me my final paycheque. I used some language that probably should not be used anywhere, and Mr. Henley took off again and, sure enough, he came back with my paycheque another half-hour later. From that moment on, I have held him in the greatest esteem.

The Chairman: Do you still have the deck shoes?

Mr. McAndrew: Not that pair. I always have puzzled over what the CBC was planning to do with a used pair of sneakers, but that is another story, I guess.

I live in Prince Edward Island and I got my first job as a reporter when I was 15 years old, reporting sports for *The Guardian*. I am now in my seventy-third year and I am still a practising journalist. To those who practise it, journalism is an addictive avocation, and I for one cannot kick the habit. I am also something of a critic of the practice of contemporary journalism and the disturbing trends in play that are diminishing the quality of journalism we see and hear and read. It is the business of the quality of journalism to which I decided to address myself in the outline that was provided to me.

There was a time when journalists were perceived as something close to secular priests in ink-stained holy orders, as seekers after and purveyors of the truth, when many were elevated to figures of great stature and respect in our society and when journalism was more of a calling than a career choice. That era is gone. Journalists are now perceived by some segments of the public to be bottom feeders, along with lawyers and politicians. My concern is that journalism is overly concerned with the trivial and the inconsequential, with quantity instead of quality, so much so that it has merged with entertainment to the point that it is often difficult to tell which is which. A case in point is the comedy show *This Hour has 22 Minutes*, which reports the news of the week with a sharper journalistic approach than most of the programs supposedly following the basic principles of journalism.

That is not necessarily the fault of the working journalist. The fault lies with the basic values of the people who own and operate the radio stations, the television stations, the newspapers and the magazines, which have nothing to do with tenets of good journalism and everything to do with the mantras of the free market. It is they who have consistently over the years practised the "dumbing down" of the content of their newscasts and news pages to attract readers and listeners and viewers and profits; and the slashing of the staff required to produce quality journalism, again in the never-ending search for profit and more profit.

What I mean by "quality journalism" is stories that are well researched and with a clear idea of what they are about, that get to the "why" of things, the most important of the famous five "W"s, rather than practising what I call "stenographic

avait navigué jusqu'à Gloucester, au Massachusetts, et que j'avais pour l'occasion acheté une paire de chaussures de yachting. Deux ans plus tard, la CBC exigeait le retour de ces chaussures avant de me donner mon dernier chèque de paie. J'ai alors retenu des propos inappropriés et M. Henley est reparti pour revenir, une demi-heure plus tard, avec mon chèque de paie. Depuis lors, il a toute mon estime.

La présidente : Avez-vous encore ces chaussures de yachting?

M. McAndrew : Non, je n'ai plus ces chaussures-là. Je me demande encore ce que la CBC comptait faire avec ces chaussures usagées, mais, ça, c'est une autre paire de manches.

J'habite à l'Île-du-Prince-Édouard et j'ai commencé ma carrière de journaliste à 15 ans; j'étais journaliste sportif au *Guardian*. J'ai maintenant 73 ans et je pratique encore le journalisme. Le journalisme, pour ceux qui s'y adonnent, est un peu comme une drogue et, pour ma part, je n'ai pas encore réussi le sevrage. Je me fais aussi le critique du journalisme contemporain et des tendances troublantes qui contribuent à éroder la qualité du journalisme que nous lisons, entendons et voyons. J'ai décidé de traiter de la qualité du journalisme dans mes remarques.

À une certaine époque, les journalistes étaient perçus un peu comme les prêtres séculiers des saints ordres de la nouvelle, les chercheurs et les découvreurs de la vérité; à cette époque, bon nombre d'entre eux ont mérité le respect de notre société, ont été élevés au rang de monument. C'était une époque où le journalisme était davantage une vocation qu'un choix de carrière. Cette ère est révolue. Les journalistes sont maintenant considérés par certains membres du public comme ce qu'il y a de plus bas, avec les avocats et les politiciens. Je crains que, en journalisme, on ne se préoccupe trop de ce qui est négligeable et sans importance, qu'on se préoccupe plus de la quantité que de la qualité à un point tel que il est souvent difficile de faire la distinction entre le journalisme et le divertissement. J'en veux pour preuve l'émission humoristique *This Hour has 22 Minutes*, qui présente les nouvelles de la semaine à partir d'une approche journalistique plus rigoureuse que bien des émissions censées suivre les principes fondamentaux du journalisme.

Ce n'est pas nécessairement la faute des journalistes. C'est plutôt attribuable aux valeurs des propriétaires et exploitants des stations de radio, des stations de télévision, des journaux et des magazines et qui n'ont rien à voir avec la doctrine du bon journalisme mais tout à voir avec la libre entreprise. Ce sont eux qui, au fil des ans, ont réduit au plus petit dénominateur commun le contenu des bulletins de nouvelles et des pages d'information pour attirer des lecteurs, des auditeurs et des téléspectateurs et, du coup, des profits, et qui ont réduit le personnel des salles de nouvelles, nécessaire à la production d'un journalisme de qualité, encore une fois dans leur recherche constante des profits.

Lorsque je parle de journalisme de qualité, je pense à des articles bien documentés et qui ont une idée claire de ce dont ils parlent, des articles qui demandent le pourquoi des choses, la plus importante des cinq grandes questions qu'il faut poser, au lieu de

journalism," simply writing down anything that anyone says and spewing it out over the airwaves or in the newspaper.

Why does stenographic journalism happen? Why are stories so badly researched? Why is the writing unclear, ambiguous and so often ungrammatical? It is because it is easy and fast to think in vague terms. However, vagueness is the brother of ambiguity and the antithesis of good journalism. Good journalism is marked by qualities of clarity and logic.

The "thinking vague" school of journalism began when bean-counters replaced journalists in the executive suites and began practising the gospel of convergence. In search of greater and greater profit, the conglomerates fired freelancers and cut staff. At the CBC, shrinking budgets forced the same practices. The combination of fewer journalists and greater workloads has diminished the quality of journalism being practised in this country. It had to. At *The Guardian*, the editors go home at five o'clock. There is no one there when the paper is put together to vet and edit the content of what we will read the next morning. At CBC radio, where standards of quality journalism were once set to which others could aspire, newsrooms have been replaced by a single editor who is both the writer and the on-air voice, churning out five-minute reports every half-hour all day. At privately owned radio stations in Charlottetown, Prince Edward Island, all under the same roof and all owned by the same out-of-province company, one newsroom of three people tries to cover the community with 90-second hourly newscasts. The term "video journalist" was invented to describe those poor souls who shoot the tape, write the script, edit the videotape and then voice the script — four distinct functions rolled neatly into one: one sensibility, one mind, one perception, and no voice to say, "Wait a minute. Let's check that."

Advances in electronic technology have been both a curse and a blessing to the trade, a blessing because the Internet is the researcher's best tool, a curse because the latest phenomenon, "blogging," has created another universe of bad research and worse writing.

Fragmentation of readers, viewers and listeners is having its own effect. The competition is fierce and that puts more pressure on conventional outlets to go after viewers and listeners and readers by lowering the bar ever farther into the muck and mire of titillation, into the world of inconsequential and celebrity-driven journalism. We live in a post-modern world, where logic and rational thought are no longer in vogue among some elements of society, especially those reaching maturity in the age of computers. We are confronted by a global culture more and more based on beliefs, where cool analysis and discourse is

faire ce que j'appelle du « journalisme sténographique » qui se contente de répéter ce que tout le monde dit et de le diffuser abondamment sur les ondes ou dans un journal.

Pourquoi ce journalisme sténographique? Pourquoi ces articles, ces reportages, sont-ils si mal documentés? Pourquoi les textes sont-ils peu clairs, ambigus et souvent contraires à la grammaire? Parce qu'il est facile et rapide aussi de penser en termes vagues. Or, un journaliste qui est vague frise souvent l'ambiguïté, l'antithèse d'un bon journalisme. Le bon journalisme est marqué au point de la clarté et de la logique.

Cette école de journalisme qui se caractérise par la pensée vague a commencé lorsque les comptables ont remplacé les journalistes dans les bureaux de direction et ont commencé à prêcher l'évangile de la convergence. Soucieux d'augmenter sans cesse les bénéfices, les grands conglomerats ont licencié les pigistes et réduit leur personnel. À Radio-Canada, la compression des budgets a forcément produit les mêmes résultats. Avec moins de journalistes et plus de travail, la qualité du journalisme au Canada a diminué. C'est normal. Au *Guardian*, les rédacteurs rentrent chez eux à 17 heures. De sorte qu'au moment de la composition, il n'y a plus personne pour vérifier et corriger le contenu de ce que le lecteur lira le lendemain matin. À la radio de Radio-Canada, là où jadis les normes du journalisme de qualité étaient un modèle dont tout le monde pouvait s'inspirer, les salles des nouvelles ont été remplacées par un seul directeur de rédaction qui est à la fois le rédacteur et le présentateur des nouvelles en ondes, et qui crache toute la journée à chaque demi-heure ces petits bulletins de cinq minutes. Dans les stations de radio privées de Charlottetown, à l'Île-du-Prince-Édouard, tout le monde est sous le même toit, toutes les stations appartiennent à la même compagnie dont le siège est dans une autre province, il n'y a qu'une salle des nouvelles où trois personnes essaient de parler de tout ce qui intéresse la collectivité dans des bulletins de nouvelles de 90 secondes qui passent toutes les heures. Le terme « vidéojournaliste » a été inventé pour décrire ces pauvres bougres qui filment, écrivent le texte du reportage, font le montage de la bande vidéo puis enregistrent leur texte, quatre fonctions très différentes qui n'en font plus qu'une : une sensibilité, un seul esprit, une seule perception, mais personne pour dire : « Un instant, vérifions un peu cela. »

Les progrès de la technologie électronique ont été à la fois une malédiction et une bénédiction pour le métier, une bénédiction parce que le Web est le meilleur outil de recherche qui soit, mais une malédiction parce que le plus récent phénomène, les blogues, ont créé un nouvel univers de recherches boiteuses et de textes encore plus mauvais.

La fragmentation des lecteurs, des téléspectateurs et des auditeurs a son propre effet. La concurrence est acharnée, ce qui pousse encore plus les médias conventionnels à aller chercher des téléspectateurs et des auditeurs et des lecteurs en baissant encore plus la barre dans la fange et le miroir aux alouettes des bas instincts, se complaisant dans un monde où le journalisme s'intéresse à ce qui est célèbre et défie toute logique. Nous vivons dans un monde postmoderne où la pensée logique et rationnelle n'a plus la cote dans certains segments de la société, en particulier ceux dont les membres sont arrivés à l'âge adulte en même temps

snowed under by fervent religious and political rhetoric. The elusive truth and social values sought by the journalist as the reason d'être of the craft are dismissed as irrelevant, or as myths from another age.

To older generations like mine, the replacement of substance and rational analysis of fact by subjective judgments and emotional beliefs is an invitation to chaos. In this post-modernistic world, there are no immutable standards. Grammar is whatever you make it, as is meaning. Quality exists only in the eye of the beholder. There are no standards of judgment. Beethoven and rap are equals. *Desperate Housewives* is the *Hamlet* of our times.

Senators, I know of no ways for parliaments and legislatures to regulate quality. The trend lines are too firmly in place. When news and information are perceived only as "product," to be churned out as cheaply as possible; when quantity overrides quality; when vagueness is preferred to clarity; the underlying values of quality have already been sold out to market forces and relegated to industrial values. As has the passion that drives any good journalist, and it is only that passion that produces quality and, occasionally, the truth.

That, madam, is my rant for today.

The Chairman: Thank you.

Senator Trenholme Counsell: We have all listened with great interest. People will wonder why I have changed sides here today. I hope they are not thinking it implies anything.

The Chairman: I should explain.

Senator Trenholme Counsell: You certainly should.

The Chairman: Senator Eyton, who was with us this morning, had to leave, and just to spread people out and not have one whole side of the table empty, we rearranged the seating slightly.

Senator Munson: One to the right and one to the left.

Senator Trenholme Counsell: I am rather amused by all this. I do not know where the others are, but they seem to be paying less attention than we are to what is going on here today. I had to get that in, did I not?

Sir, the comments you are making are sad. You are from Prince Edward Island?

Mr. McAndrew: I was born in Dalhousie, New Brunswick. My mother was from Campbellton and my father was from Saint John.

que l'ordinateur. Nous sommes interpellés par une culture planétaire qui repose de plus en plus sur des croyances, un monde dans lequel l'analyse et le discours lucide sont noyés par la ferveur de la rhétorique religieuse et politique. La vérité insaisissable et les valeurs sociales que les journalistes recherchent parce que ce sont les raisons d'être du métier sont balayées du revers de la main sous prétexte qu'elles n'ont pas d'importance, qu'elles sont des mythes d'une époque révolue.

Pour les gens de ma génération, le remplacement de la substance et de l'analyse rationnelle par les jugements subjectifs et les croyances nées des émotions est la porte ouverte au chaos. Dans ce monde postmoderne, il n'y a plus de normes immuables. La grammaire est ce qu'on veut bien en faire, le sens également. La qualité n'est plus que ce qu'on veut qu'elle soit. Il n'y a plus de normes de bon jugement. Beethoven et les rappeurs sont sur le même pied. Le feuilleton *Beautés désespérées* est l'équivalent moderne de *Hamlet*.

Sénateurs, j'ignore comment les parlements, comment les assemblées législatives pourraient réussir à réglementer la qualité. Les grandes tendances sont trop profondément ancrées. Lorsqu'on ne considère plus l'actualité et l'information que comme un « produit », un produit à fabriquer au meilleur prix possible, lorsque la quantité l'emporte sur la qualité, lorsqu'on préfère ce qui est vague à ce qui est clair, les valeurs sous-jacentes de la qualité ont été bradées sur le marché et reléguées au rang de simples valeurs industrielles. Tout comme la passion qui est l'âme de tout bon journaliste, et il n'y a que la passion qui puisse être génératrice de qualité et, à l'occasion aussi, de vérité.

Voilà qui conclut, madame la présidente; je voulais me vider le cœur aujourd'hui.

La présidente : Je vous remercie.

Le sénateur Trenholme Counsell : Nous vous avons tous écouté avec beaucoup d'intérêt. On se demandera peut-être pourquoi j'ai changé de camp aujourd'hui et j'espère qu'on ne pensera pas que cela a une quelconque signification.

La présidente : Il faudrait que je vous explique cela.

Le sénateur Trenholme Counsell : Assurément.

La présidente : Le sénateur Eyton, qui était des nôtres ce matin, a dû nous quitter, de sorte que pour éparpiller un peu les gens de manière à ne pas laisser un côté de la table vide, nous avons légèrement réarrangé l'agencement de la table.

Le sénateur Munson : Un à gauche et un à droite.

Le sénateur Trenholme Counsell : Je trouve cela plutôt amusant. J'ignore où sont les autres, mais ils semblent accorder moins d'attention que nous à ce que nous faisons ici aujourd'hui. Il fallait que je le dise, n'est-ce pas?

Monsieur, vos propos m'ont attristée. Vous êtes de l'Île-du-Prince-Édouard?

M. McAndrew : Je suis né à Dalhousie, au Nouveau-Brunswick, ma mère était de Campbellton et mon père de Saint John.

Senator Trenholme Counsell: Yes, but I meant, has your career in journalism been mainly in Prince Edward Island?

Mr. McAndrew: And Toronto.

Senator Trenholme Counsell: You are living on Prince Edward Island now?

Mr. McAndrew: Yes.

Senator Trenholme Counsell: Would the comments that you have made apply to *The Guardian* and the quality of what you read in that paper?

Mr. McAndrew: Absolutely. This is widespread. I know what I said does not get down to specifics, but I decided not to do that.

I do believe we live in a post-modernist society. Several of us journalists, myself certainly, came from a life where our learning was linear. We read books. We did not have television to watch. We had radio, yes, in its relative infancy. That teaches you to learn in a certain way. It teaches you the techniques of rational analysis, that things happen for a reason, and the cause of something is where the "why" comes into play in journalism. My concern is that there is so much of what I call stenographic journalism coupled with the notion of celebrity today. For anyone who is perceived to be a celebrity, the reporter holds out a little microphone and simply presents what is said, even though it may not contain a vestige of the truth. That is as far as the story goes because of deadlines and the pressure to get out the product; so much is expected of a reporter in any given day. There is no time for the thoughtful second look, to sit back and let another pair of ears hear the story, if it is a radio story, to have an editor vet the story to see if it makes sense. All of these forces, it seems to me, have conjoined, if you will, to lower the quality of what we hear and see, and we hardly ever get to the "why" of things. If we do not get to the "why" of things, then ultimately, journalists can be totally replaced by computers.

Senator Trenholme Counsell: If you are talking about the 90-second news bites, which I almost never hear because I listen to another radio station, then that might be the case. However, as I listened, I tried to reflect on what has been in the newspapers lately that I look at, and I look at two national papers and probably three provincial papers most days, and I read some of it. It seems to me that although you say journalism is inconsequential and celebrity-driven, in Moncton right now, you would read a lot about literacy, you would read a lot about Northrop Frye, you would read a lot about writers from around the world.

Mr. McAndrew: Yes.

Le sénateur Trenholme Counsell : Peut-être, mais je voulais savoir si vous avez fait l'essentiel de votre carrière de journaliste ici à l'Île-du-Prince-Édouard?

M. McAndrew : Et aussi à Toronto.

Le sénateur Trenholme Counsell : Mais maintenant, vous vivez dans l'île, n'est-ce pas?

M. McAndrew : En effet.

Le sénateur Trenholme Counsell : Ce que vous nous avez dit aujourd'hui vaut-il également pour le *Guardian* et la qualité des articles qu'on peut lire dans ce journal?

M. McAndrew : Tout à fait. C'est la même chose partout. Je sais que ce que je vous ai dit n'entraîne guère dans les détails, mais j'ai préféré ne pas aller jusque là.

Nous vivons je crois dans une société postmoderne. Parmi les journalistes, il y en a plusieurs qui, comme moi, ont vécu à un moment où l'apprentissage était linéaire. Nous lisons des livres. Nous n'avions pas la télévision. Il y avait la radio, oui, mais elle en était à ses premiers balbutiements. Cet état de choses pousse à apprendre d'une certaine façon. Cela pousse à apprendre les techniques de l'analyse rationnelle, cela vous apprend que les choses se produisent pour une certaine raison et que la cause de toute chose, c'est précisément là où le « pourquoi » entre en jeu en journalisme. Ce qui me préoccupe, c'est que souvent ce que j'appelle le journalisme sténographique est associé à la notion de célébrité. En présence de quelqu'un qu'on considère comme un personnage célèbre, le journaliste sort son micro et se contente de relater ce qui a été dit, même si cela ne comporte peut-être pas la moindre trace de vérité. Voilà à quoi se bornent les reportages étant donné les échéances et le fait qu'il faut sortir le produit; au quotidien, on attend trop du journaliste. Il n'a pas le temps de réfléchir à tête reposée, de faire entendre l'histoire à quelqu'un d'autre, s'il s'agit d'un reportage à la radio, ou de faire vérifier son article par son directeur de rédaction pour voir s'il a bien du sens. Toutes ces forces, c'est mon impression, sont conjuguées avec pour résultat d'abaisser la qualité de ce que nous voyons et de ce que nous entendons, ce qui fait aussi que nous n'allons pratiquement plus jamais jusqu'au « pourquoi » des choses. Et si nous n'allons pas jusqu'au « pourquoi » des choses, pourquoi au bout du compte ne pas remplacer les journalistes par des ordinateurs?

Le sénateur Trenholme Counsell : Si vous parlez des clips d'actualité de 90 secondes, que je n'écoute pratiquement jamais parce que je synonise plutôt une autre station de radio, cela pourrait effectivement être le cas. Or, lorsque j'écoute la radio, j'essaie de faire l'adéquation avec ce que j'ai lu dans les journaux, je lis deux journaux nationaux et souvent trois journaux provinciaux à peu près chaque jour, je lis une partie de leurs articles. Il me semble que même si vous nous avez dit que le journalisme faisait fi de la logique et ne s'intéressait plus aux gens célèbres, il est certain qu'à l'heure actuelle à Moncton, on peut lire beaucoup de choses sur l'art de lire, beaucoup de choses au sujet de Northrop Frye, beaucoup de choses sur les auteurs du monde entier.

M. McAndrew : En effet.

Senator Trenholme Counsell: We certainly have been reading a lot about the Roman Catholic Church, about the choice of a pope, and, of course, we have our share of national and provincial politics in the papers today. You are giving us your opinion —

Mr. McAndrew: Exactly.

Senator Trenholme Counsell: — but how do you react to the items that I have just mentioned and the pretty extensive coverage that one sees in the papers of these subjects?

Mr. McAndrew: However, think about why is it so extensive. It is because one newspaper or one radio station thinks it will sell more newspapers or attract more listeners if it outdoes another in coverage of that event. It is very subjective, journalistic, as to how much play to allow any given story. I am saying that those judgments are being coloured by what the reader wants. Does the reader really want to know the intimate details of the Michael Jackson trial day after day? My subjective judgment is no, but if you give it to them, they will accept it, because a dumbing-down process has been going on for a long time. If you watch television in the early evening, there is an entire spate of shows every night that purport to be journalistic. Every one of them is celebrity based, where it is enough to be a celebrity and to simply utter words. These utterances are written down and thrown out as a story on radio or television or in newspapers without anybody getting behind those words to find out whether they have any validity, or whether, indeed, they would have any cause at all to be printed or heard or presented if that person was not a celebrity. That is really the test. There is a balance point, and I think we have tilted too far the other way.

I act as an adjunct professor at King's College, a journalism school, where I come into contact a couple of times a year with young students. I expect it has been said before, but the sense of English grammar that I grew up with is offended daily by the news, where there is a howler in practically every newscast. I suppose that goes back to the education system.

The Chairman: This is true. They do not teach grammar and they do not teach the multiplication tables. There are many things they do not seem to teach any more.

Senator Munson: Good afternoon, Jack. You seem to be saying there is no going back, but is there anything that we could do that would help?

Mr. McAndrew: Well, Jim, I suppose when I say there is no going back, I find it hard to visualize the pressures that could be exerted to increase the quality of journalism. That is my subjective assessment. It is also the assessment of a great many other people whom I respect. When the concentration is on a boardroom and a three-month stock report of a company, and whether this unit made more money than at the time of the last stock report, I do not know how you remedy that. News, like politics, is local. It all starts that way. You know that as well as I. It is all local to

Le sénateur Trenholme Counsell : Il est certain que nous avons lu énormément au sujet de l'Église catholique romaine, du choix d'un nouveau pape et on trouve également dans les journaux beaucoup plus que notre part d'actualité politique nationale et provinciale. C'est votre avis que vous nous donnez.

M. McAndrew : Précisément.

Le sénateur Trenholme Counsell : ... mais que répondez-vous à ce dont je viens juste de parler ainsi qu'aux reportages quand même relativement nourris qu'on peut lire dans les journaux à ce sujet

M. McAndrew : Pensez simplement à la raison pour laquelle ces reportages sont aussi abondants. C'est simplement parce qu'un journal ou une station de radio pense pouvoir vendre davantage de journaux ou avoir davantage d'auditeurs en faisant ainsi de la surenchère. C'est très subjectif, sur le plan journalistique, de déterminer l'importance qu'il faut accorder à telle ou telle histoire. Ce que je veux vous dire, c'est que ces jugements sont teintés par ce que veut le lecteur. Le lecteur veut-il vraiment qu'on lui serine chaque jour les moindres détails du procès de Michael Jackson? Mon jugement suggestif me ferait dire non, mais si on leur donne tous ces détails, ils vont les accepter parce que c'est un processus qui a commencé il y a très longtemps. Si vous regardez la télévision en début de soirée, vous savez qu'il y a une myriade d'émissions qui se veulent à caractère journalistique. Chacune de ces émissions fait intervenir un personnage connu à qui on demande simplement d'être connu et de débiter quelques mots. Ces propos sont alors repris à la radio ou à la télévision ou encore dans les journaux sans que qui que ce soit ait pris la peine de fouiller un peu pour déterminer leur véracité ou encore s'il y aurait vraiment lieu de les publier ou de les diffuser si la personne en question n'était pas célèbre. C'est cela le critère. Il y a un point d'équilibre, et à mon avis, nous penchons trop de l'autre côté.

Je suis professeur auxiliaire au King's College, une école de journalisme, ce qui me permet quelques fois par an d'être en contact avec de jeunes étudiants. Je pense qu'on a déjà dû le dire, mais la grammaire anglaise avec laquelle j'ai grandi est quotidiennement écorchée par les nouvelles étant donné que dans quasiment tous les bulletins, il y a quelque chose qui vous fait hurler. J'imagine que cela est dû au système d'enseignement.

La présidente : C'est vrai. On n'enseigne pas la grammaire et on n'enseigne pas non plus les tables de multiplication. Il y a beaucoup de choses qu'on ne semble plus enseigner de nos jours.

Le sénateur Munson : Bonjour Jack. Vous semblez vouloir nous dire que nous avons atteint le point de non-retour, mais y a-t-il quoi que ce soit que nous puissions faire malgré tout?

M. McAndrew : Écoutez Jim, lorsque je dis que nous avons atteint le point de non-retour, j'ai un peu de mal à visualiser le genre de pression qu'on pourrait exercer pour relever le niveau du journalisme. C'est un jugement subjectif que je porte en disant cela. Mais c'est également le jugement de beaucoup d'autres gens que je respecte. Lorsque tout ce qui retient l'attention, c'est un conseil d'administration et l'évolution de l'action d'une compagnie, et le fait qu'elle a produit un meilleur dividende que la dernière fois, j'ignore comment on pourrait contrer ce genre de

somebody. How do you force people to staff their organizations sufficiently? Do you know what the radio stations do? All the programs are brought in by satellite. If you phone a private radio station any time from noon on you cannot find anybody, because everything is on the air as part of a taped package, particularly into the evening hours. It is cheaper to import now. Since Transcontinental bought both the *Guardian* and *The Journal-Pioneer*, *The Eastern Graphic*, a weekly, where I write a column, is the only independent paper in Prince Edward Island. The two towns are 50 miles apart, but you see the *Guardian* reprinting stories from *The Journal-Pioneer* and *The Journal-Pioneer* reprinting stories from the *Guardian*. To me, that means they were able to do away with at least one or two reporting positions. The diminishment in the number of eyes on the community means that the coverage is bound to be that much less in depth. I do not know how you cure that.

Senator Munson: What about private radio? You have mentioned private radio. There was a time when, even on Parliament Hill, there were six competing private radio networks in this country, and that is all gone. I was part of that, and when you had that competition in those days, it was great because you wanted to beat somebody, and you felt bad if you were beaten. However, in small-town radio people used to cover town halls and local politicians, and it does not seem to me that that is happening at all any more.

Mr. McAndrew: No, it is not, because you cannot do it with a three-person newsroom working seven days a week.

Senator Munson: The issue is there were regulations at one time. The CRTC eased them because owners were going broke; there was a transition from AM to FM and so on. We are now back in an age where it seems to me that radio stations in New Brunswick are making money, or else they would not continue. Should there be some new regulations put into place that would mandate private radio owners to cover the news?

Mr. McAndrew: We once had three radio stations in Prince Edward Island. Each of them had their own little newsroom, so you had those different sets of eyes. Now, one owner controls all the radio stations in Prince Edward Island. Not only are both daily newspapers owned by Transcontinental, but the radio stations are all under one owner, and one newsroom essentially services four stations. I do not know how you would go about it, but yes, I suppose it is theoretically possible to mandate that they have to provide a certain level of local service.

choses. L'actualité, tout comme la politique, c'est quelque chose d'avez local. C'est là que tout commence. Vous le savez aussi bien que moi. Il y a toujours un intérêt local pour quelqu'un. Comment contraindre les gens à avoir suffisamment de personnel? Savez-vous ce que font les stations de radio? Toutes les émissions arrivent par satellite. Si on téléphone à une station de radio après l'heure du midi, il n'y a plus personne pour répondre parce que tout ce qu'elle diffuse a été préenregistré, et cela vaut surtout pour les émissions de soirée. De nos jours, il coûte moins cher d'importer. Depuis que Transcontinental a acheté le *Guardian* et *The Journal-Pioneer*, c'est un hebdomadaire, *The Eastern Graphic*, dans lequel je publie une chronique, qui est devenu la seule publication indépendante à l'Île-du-Prince-Édouard. Les deux villes sont distantes de 75 kilomètres, mais pourtant le *Guardian* reproduit ce qu'a publié *The Journal-Pioneer* et *The Journal-Pioneer* reproduit ce qu'a publié le *Guardian*. Cela veut dire pour moi qu'ils ont pu éliminer au moins un ou deux postes de journaliste. S'il y a moins de reporters dans la collectivité, cela veut dire que les reportages sont également moins complets. J'ignore comment remédier à cela.

Le sénateur Munson : Et les stations de radio privées? Vous en avez parlé. Il fut un temps où, même ici au Parlement, il y avait six réseaux privés qui se faisaient concurrence, mais tout cela n'existe plus. J'en étais, et à l'époque, lorsqu'il y avait ce genre de concurrence, c'était excellent parce qu'on voulait toujours faire mieux que l'autre et si l'autre faisait mieux que vous, vous vous sentiez un peu déprimé. Cela dit, les gens des stations de radio dans les petites villes s'intéressaient jadis aux réunions du conseil municipal et aux personnalités politiques locales, mais il me semble bien que cela non plus n'existe plus.

M. McAndrew : Effectivement, parce que c'est impossible de faire ce genre de choses si vous n'avez que trois personnes qui travaillent à la salle des nouvelles sept jours sur sept.

Le sénateur Munson : Le problème est que jadis, il y avait des règlements. Mais le CRTC les a assouplis parce que les propriétaires perdaient leur chemise; il y a également eu le passage à la modulation de fréquences. Nous en sommes maintenant revenu au point où, me semble-t-il, les stations de radio du Nouveau-Brunswick sont à nouveau rentables, parce que si elles ne l'étaient pas elles n'existeraient plus. Ne faudrait-il pas à nouveau réglementer pour obliger les stations de radio privées à couvrir l'actualité?

M. McAndrew : Il y avait jadis trois stations de radio à l'Île-du-Prince-Édouard. Chacune avait sa propre salle de nouvelles, de sorte qu'il y avait somme toute trois perspectives différentes. Mais maintenant, c'est le même propriétaire qui contrôle toutes les stations de radio de l'île. Non seulement les deux quotidiens appartiennent-ils à Transcontinental, les stations de radio appartiennent elles aussi à une seule et même personne, et c'est la même salle de nouvelles qui dessert à peu près intégralement les quatre stations. J'ignore ce qu'on pourrait faire mais oui, j'imagine qu'en théorie, il devrait être possible de les obliger à offrir un certain niveau de service local.

I should tell you that I once did an open-line show, in fact, the first one ever in Prince Edward Island, on CFI, and I had incredible ratings because they had just switched off the party lines and my radio show was almost like a party line. One year there was a bump in the ratings, and some experts came in from Halifax, cancelled the death notices and fired me. It was a matter of some humility for me that, because of the public outcry, the death notices came back but I stayed fired. I was replaced by a canned music show rather than an hour every morning of local coverage, a trend that has continued to grow.

Senator Munson: Well, if we want to tell stories, the reason I may have gone into television is because in 1971 I worked for CFOX in Montreal. I was there for six months. I had been five years in the Maritimes and I was heading to the big time. Then Gordon Sinclair Jr. called me in. He owned the station, and it was number five in a four-station market in Montreal. I was replaced by a jingle package. That was rather humiliating. It cost \$11,000 — that was my salary — so I had to start all over again. Maybe I should have seen the writing on the wall, too.

Mr. McAndrew: I see it every day in the lack of depth in the stories that I read in the local newspaper. When Neil Reynolds headed the *Telegraph-Journal*, it was like the sun suddenly came out. Over in Prince Edward Island, I used to buy the *Telegraph-Journal* every day because he infused his reporters and his columnists with a whole new spirit. Jackie Webster was there in those days, and Mr. Pichette and Dalton Camp and others, but not only that; the stories were long and well researched and in depth. That does not happen any more. Somebody came in and fired the lot and the *Telegraph-Journal* became yet another “who needs it?” daily.

Senator Munson: Thanks very much, Jack.

The Chairman: You inspire the contrarian in me here.

Mr. McAndrew: I have a habit of doing that.

The Chairman: I have no quarrel with your concerns about the impact of closed newsrooms, diminished numbers of journalists and whatnot, but I really leaned back in my chair when I heard you say:

There was a time when journalists were perceived as something close to secular priests in holy orders, as seekers after and purveyors of the truth.

Il faut que je vous dise aussi que, à un moment donné, je faisais une tribune libre à la radio, et cela avait été d'ailleurs une première à l'Île-du-Prince-Édouard, c'était à la station CFI, et mes cotes d'écoute étaient incroyables parce que les lignes de téléphone partagées venaient d'être supprimées et mon émission était un peu comme une ligne téléphonique commune. Mais une année donnée, les cotes d'écoute ont décroché un peu, et des experts sont venus de Halifax, ils ont supprimé les nécrologies et m'ont mis à la porte. Cela avait provoqué une telle levée de boucliers qu'ils ont fini par rétablir les bulletins nécrologiques, sans pour autant me réengager, ce qui avait été toute une leçon d'humilité pour moi. On m'avait remplacé par une heure de musique préenregistrée en remplacement d'une heure consacrée chaque matin à l'actualité locale, et cette tendance n'a pas arrêté depuis.

Le sénateur Munson : Si on se met à raconter des histoires, je vais vous dire moi pourquoi je suis passé à la télévision : en 1971, je travaillais pour la station de radio CFOX à Montréal. J'y suis resté six mois. Avant cela, j'avais passé cinq ans dans les Maritimes et j'arrivais enfin à la notoriété. Puis Gordon Sinclair fils m'a convoqué. C'était le propriétaire de la station qui occupait la cinquième place sur le marché de Montréal, un marché de quatre stations. Il m'a remplacé par de la musique en conserve. Je me suis senti assez humilié, merci. Cela coûtait 11 000 \$ — l'équivalent de mon salaire — et cela m'a donc contraint de repartir à zéro ailleurs. Peut-être aurais-je dû moi aussi voir les choses venir.

M. McAndrew : Je le constate tous les jours en voyant à quel point ce que je lis dans les journaux locaux est superficiel. Lorsque Neil Reynolds dirigeait le *Telegraph-Journal*, c'est un peu comme si le soleil s'était tout d'un coup levé. Lorsque j'étais à l'Île-du-Prince-Édouard, j'avais coutume d'acheter le *Telegraph-Journal* chaque jour parce Reynolds avait insufflé à ses journalistes et à ses chroniqueurs un esprit entièrement nouveau. Jackie Webster était là à l'époque, ainsi que M. Pichette, Dalton Camp et bien d'autres aussi, mais il y a plus encore : les articles étaient longs, ils étaient bien documentés et ils allaient au fond des choses. Ce n'est plus le cas aujourd'hui. Quelqu'un est arrivé, a mis tout le monde à la porte et le *Telegraph-Journal* est devenu un de ces quotidiens dont on pourrait bien se passer.

Le sénateur Munson : Merci beaucoup, Jack.

La présidente : Vous êtes une inspiration pour l'anticonformiste que je suis.

M. McAndrew : Je sais, c'est une habitude que j'ai.

La présidente : Je ne conteste pas ce que vous dites lorsque vous craignez l'impact des salles de presse fermées, de la diminution du nombre de journalistes et que sais-je encore, mais j'ai quand même sursauté lorsque je vous ai entendu dire :

À une certaine époque, les journalistes étaient perçus un peu comme les prêtres séculiers des saints ordres de la nouvelle, les chercheurs et les découvreurs de la vérité.

I found myself recalling a piece of doggerel, which I am sure you also recall; to wit, "You cannot hope to bribe or twist, thank God, the British journalist, but seeing what the man will do unbribed, there's little reason to."

Mr. McAndrew: Ouch.

The Chairman: That is not recent.

Mr. McAndrew: I may have overstated the case slightly, but only slightly. I use Edward R. Murrow as the cliché example, for all of the things he inspired and the way that CBS used to run their newsroom in those days. They did not simply churn out product. In fact, it used to cost CBS a lot of money to run their news department. The decline occurred when news became a product to be sold to the public like anything else.

The Chairman: As a profit centre.

Mr. McAndrew: You know that for years at the CBC, the idea of running a commercial during the newscast was anathema. It just was not done. Well, all of a sudden, these things started to be done, and we chip away and we chip away. I was in this very room today when a fake news event took place. The guys came in to take pictures, but nothing was really happening, so everybody acted as if it were.

The Chairman: We were listening to all kinds of interesting information from Ms. Webster, who continued to testify even as the cameras rolled.

Mr. McAndrew: I am saying it is being chipped away.

The Chairman: That is not their fault.

Mr. McAndrew: I understand.

The Chairman: That is our fault, because we have had a practice of not allowing television cameras to run while we are conducting hearings, on the fundamental principle that we want an undisturbed atmosphere.

Mr. McAndrew: Pay me no mind. I am just getting even.

The Chairman: No, but that required a response. I still want to push back.

Mr. McAndrew: Yes.

The Chairman: When I was a child, I spent a lot of time in New Glasgow, Nova Scotia, listening to the radio station where you worked because my grandmother had her radio tuned to it all the time. I confess I did not pay a lot of attention to Charlottetown news, and maybe it was great, but I remember every day listening to swelling chords of music, and then it would be back to the Bible with Ernest Manning.

Mr. McAndrew: Absolutely.

Cela m'a fait penser à ce ver de mirliton dont vous vous souvenez probablement aussi : « En Grande-Bretagne Dieu merci, les journalistes sont incorruptibles, mais quand on voit ce qu'ils font, pourquoi voudrait-on les corrompre? »

M. McAndrew : Hou là là.

La présidente : Cela ne date pas d'hier.

M. McAndrew : J'ai peut-être légèrement exagéré l'argument, mais légèrement seulement. Pour moi, Edward R. Murrow est l'exemple classique à cause de l'inspiration qu'il a été et de la façon dont la salle des nouvelles de CBS était dirigée à l'époque. Il ne se contentait pas seulement de produire de l'actualité. Au contraire, ce service de la CBS coûtait alors beaucoup d'argent. Mais le déclin a commencé lorsque l'actualité est devenue un produit qu'il fallait vendre au public comme tout le reste.

La présidente : Pour faire des bénéfices.

M. McAndrew : Vous savez que pendant des années à Radio-Canada, l'idée de passer des publicités pendant les actualités était considérée comme un anathème. C'était impensable. Eh bien, tout d'un coup, on a commencé à le faire, et petit à petit les choses se sont dégradées. J'étais ici même aujourd'hui lorsqu'une fausse nouvelle a surgi. Les types sont venus prendre des photos, mais en fait il ne s'était rien passé, mais tout le monde a fait comme si c'était le contraire.

La présidente : Mme Webster nous a dit toutes sortes de choses très intéressantes et elle a poursuivi son témoignage alors que les caméras filmaient.

M. McAndrew : Ce que je veux vous dire, c'est que cela se dégrade progressivement.

La présidente : Mais ce n'est pas leur faute.

M. McAndrew : Je sais.

La présidente : C'est notre faute à nous, parce que nous avons coutume d'interdire les caméras pendant les audiences, partant du principe fondamental que nous voulions que l'atmosphère soit sereine.

M. McAndrew : Ne me prêtez pas attention. Je règle simplement mes comptes.

La présidente : Peut-être, mais il fallait que je réponde à cela. Il n'empêche que je voudrais quand même revenir en arrière.

M. McAndrew : C'est certain.

La présidente : Pendant mon enfance, j'ai passé beaucoup de temps à New Glasgow, en Nouvelle-Écosse. J'écoutais la station de radio pour laquelle vous travaillez parce que ma grand-mère ouvrait toujours sa radio sur cette fréquence-là. Je dois avouer que je n'accordais alors guère d'attention à l'actualité de Charlottetown, et peut-être était-ce très bien ainsi, mais je me souviens que tous les jours, j'écoutais cette abondance de musique, entrecoupée de passages de la Bible commentés par Ernest Manning.

M. McAndrew : En effet.

The Chairman: Ernest Manning was, at the time, the Premier of Alberta, if memory serves. He went on doing his broadcasts after he became premier.

Mr. McAndrew: Did he? It could be. I do not remember.

The Chairman: Today, any media outlet that I can think of would say, "Wait a minute. We do not do that. We do not give daily air time to practising politicians."

Mr. McAndrew: They did not give him air time. He paid for it.

The Chairman: He paid for it. However, they would not do it anyway.

Mr. McAndrew: Well, I do not know about that.

The Chairman: I really do not think so.

Mr. McAndrew: I do not know.

The Chairman: What I am suggesting is that standards can shift, and sometimes they improve and sometimes they decline, and that some of what we see today, with all the flaws of which we are all aware, is terrific. It seems to me that *The Globe and Mail*, which is one example everybody loves to cite, is an infinitely better newspaper than it was 40 years ago when I started in journalism. Infinitely better. It seems to me that the arrival of Newsworld has in many ways transformed the news landscape in this country for the better; not always, but for the most part. It provides more and often deeper information than broadcasters could do on a regular basis 30 or 40 years ago.

Mr. McAndrew: I think the problems I talk about are more relevant in the extremities of the country, in smaller communities.

The Chairman: I suspect it is more in smaller communities than in the extremities, actually.

Mr. McAndrew: Yes, that is right.

The Chairman: All I am trying to extract from you here is some recognition that things may not be entirely black, that there may be some shades of grey involved.

Mr. McAndrew: I agree that lilies can grow in a manure heap.

The Chairman: Thank you very much, Mr. McAndrew.

[Translation]

Honorable senators, the following witnesses are representatives of *L'Acadie Nouvelle*, the French-language Acadian daily. Now let us welcome, from *L'Acadie Nouvelle*, Mr. Clarence LeBreton, president of the board of directors, Mr. Jean Saint-Cyr, managing editor and Mr. Gilles Haché, director of sales and marketing.

La présidente : Ernest Manning était à l'époque le premier ministre de l'Alberta, si ma mémoire ne me trompe pas. Et même après être devenu premier ministre, il a continué à passer en ondes.

M. McAndrew : C'est vrai? Peut-être. Je ne me souviens pas.

La présidente : Mais aujourd'hui, n'importe quelle station de radio que je connaisse dirait plutôt : « Un instant, c'est impensable, il n'est pas question de donner tous les jours du temps d'antenne à un politicien en exercice. »

M. McAndrew : Ce n'était pas donné, il payait pour passer en ondes.

La présidente : Il payait dites-vous? Mais quoi qu'il en soit, ce ne serait plus possible aujourd'hui.

M. McAndrew : En fait, je n'en sais rien.

La présidente : Je ne le pense pas.

M. McAndrew : Je l'ignore.

La présidente : Ce que je veux dire, c'est que les normes peuvent changer, parfois elles s'améliorent, parfois elles se dégradent, et ce que nous pouvons voir aujourd'hui, avec tous les défauts que nous connaissons bien, est souvent assez formidable. Il me semble que *The Globe and Mail*, un exemple que tout le monde se plaît à citer, est infiniment meilleur qu'il ne l'était il y a 40 ans lorsque j'ai commencé ma carrière de journaliste. Infinitement meilleur. Il me semble que l'arrivée de *Newsworld* a transformé de bien des façons le paysage journalistique canadien, mais dans le bon sens, pas toujours, mais pour l'essentiel. *Newsworld* offre davantage d'information, avec une plus grande fréquence et beaucoup plus de profondeur, que les diffuseurs ne pouvaient le faire il y a 30 ou 40 ans.

M. McAndrew : Je pense que les problèmes dont je vous parle sont plus aigus dans les petites collectivités, aux confins du pays.

La présidente : Je soupçonne que ce soit davantage le cas dans les petites collectivités qu'aux extrémités du pays.

M. McAndrew : Oui, vous avez raison.

La présidente : Ce que j'essaie de faire, c'est de vous faire admettre que tout n'est pas nécessairement tout noir et qu'il y a peut-être quelques zones de gris aussi.

M. McAndrew : J'en conviens avec vous, les lys poussent mieux dans le fumier.

La présidente : Merci beaucoup, monsieur McAndrew.

[Français]

Sénateurs, nos prochains témoins sont des représentants de *L'Acadie Nouvelle*, le quotidien de langue française acadienne. Nous accueillons donc de *L'Acadie Nouvelle*, M. Clarence LeBreton, président du conseil d'administration, M. Jean Saint-Cyr, rédacteur en chef et M. Gilles Haché, directeur des ventes et marketing.

Welcome to all of you, you will speak to us briefly about *L'Acadie Nouvelle*. You are invited to make a ten-minute presentation, and then we will continue with questions.

Mr. Clarence LeBreton, president of the board of directors, *L'Acadie Nouvelle*: Madam Chairman, first let me tell you that we are encouraged by what you intend to do during this country-wide tour taking stock of the current state of communications in Canada. Your work shows the importance of media in society, and especially in Canadian society where accessibility to information, diversity and freedom of the press are basic values. We will also take this opportunity to summarize our brief history which is somehow the story of a heartfelt effort to carry out the important mission of a francophone daily newspaper in a minority setting.

I am Clarence LeBreton, and this afternoon, I stand here as the chairman of the board of directors of Éditions de *L'Acadie Nouvelle*, the company that owns the *L'Acadie Nouvelle* daily newspaper and the *Acadie-Presse* printing establishment. With me are Mr. Jean Saint-Cyr, managing editor and newsroom director, as well as Mr. Gilles Haché, director of sales and marketing.

We would like you to know more about *L'Acadie Nouvelle*, and we would especially like to make you aware of the context within which we work. I think that you were given a copy of the newspaper and Mr. Rainville, our newspaper editorial writer, commented your visit and explained the context.

This context has to do with media issues. We understand that the committee intends to encourage discussion rather than propose conclusions. We want to carry on in the same spirit. Now, let me introduce you to *L'Acadie Nouvelle*, our newspaper and its ambitions. *L'Acadie Nouvelle*, as you know, was born from the ashes of a hundred-year old daily newspaper, *l'Évangéline*, and another francophone daily, *le Matin*, which only survived for three years, even though a trust fund had been set up to cover the outrageous cost of distributing a francophone daily in New Brunswick. Let me note, Madam Chair, that this trust fund is of benefit to us, because 80 per cent of our readers live in rural areas, where distribution is very costly.

L'Acadie Nouvelle was born out of a collective effort to answer a need to communicate in French among ourselves on a daily basis. Our deep motivation is to offer readers a daily source of information in French which is distributed, and I emphasize this, on a province-wide scale.

After a vast awareness-raising campaign among business people, nine companies with hundreds of investors, were able to raise the start-up operating capital for the incorporated company called Éditions de *L'Acadie Nouvelle*, in 1984. Our market is made up of francophone regions in New Brunswick with only 230,000 persons, which is just about the size of one of the large communities of metropolitan Toronto.

Bienvenue à vous, vous allez nous parler brièvement de *L'Acadie Nouvelle*. On vous invite à faire une présentation d'une dizaine de minutes, et ensuite on passera à la période de questions.

M. Clarence LeBreton, président du Conseil d'administration, *L'Acadie Nouvelle*: Madame la présidente, permettez-moi dans un premier temps de vous confier que nous sommes réconfortés par l'objet de vos travaux lors de cette tournée pancanadienne sur l'état des communications au pays. Votre travail témoigne de l'importance accordée aux médias dans une société, et particulièrement dans la société canadienne où l'accessibilité et la diversité de l'information et la liberté de presse sont des valeurs fondamentales. Par la même occasion, nous profiterons de cette opportunité pour vous rappeler notre courte histoire qui est en quelque sorte l'histoire d'un coup de coeur pour la mission importante d'un quotidien francophone en milieu minoritaire.

Je me présente, Clarence LeBreton, et cet après-midi, je suis ici à titre de président du conseil d'administration des Éditions de *L'Acadie Nouvelle*, propriétaire du journal *L'Acadie Nouvelle* et de la *Presse Acadie-Presse*. Je suis accompagné de M. Jean Saint-Cyr, le rédacteur en chef et directeur de la salle des nouvelles, ainsi que de M. Gilles Haché, directeur des ventes et du marketing.

Nous souhaitons vous faire découvrir *L'Acadie Nouvelle* et surtout vous sensibiliser au contexte dans lequel nous opérons. On vous a remis, je pense, un exemplaire du journal et M. Rainville, éditorialiste de notre journal, a souligné votre passage, et expliqué le contexte.

Ce contexte rejoint un peu l'enjeu du secteur des médias. Nous comprenons que l'objectif du comité est de favoriser la discussion plutôt que de proposer des conclusions. Nous avons choisi de maintenir cette ligne de conduite. Or, je vous présente *L'Acadie Nouvelle*, notre journal et ses ambitions. *L'Acadie Nouvelle* est née, comme vous le savez, des cendres d'un quotidien centenaire, *l'Évangéline*, et d'un autre quotidien francophone, *le Matin*, qui n'a survécu que trois ans, malgré la mise en place d'un fonds de fiducie qui visait à compenser les coûts exorbitants de distribution d'un quotidien francophone au Nouveau-Brunswick. Je tiens à vous préciser, madame la présidente, que nous bénéficions de ce fonds de fiducie, car il faut préciser que 80 p. 100 de nos lecteurs vivent en milieu rural, ce qui entraîne forcément des coûts importants de distribution.

L'Acadie Nouvelle est né d'un effort collectif pour répondre à un besoin de communiquer en français entre nous sur une base quotidienne. Notre motivation profonde est d'offrir au lectorat une source quotidienne d'information d'expression française distribuée, et j'insiste, à la grandeur de cette province.

Grâce à une vaste campagne de sensibilisation auprès de gens d'affaires, neuf compagnies regroupant des centaines d'investisseurs, ont permis d'amasser le capital d'opération de départ de la société incorporée des Éditions de *L'Acadie Nouvelle* en 1984. Notre marché, des régions francophones au Nouveau-Brunswick où l'on ne dénombre que 230 000 personnes, n'est finalement que l'équivalent d'un grand quartier d'une métropolitaine urbaine comme Toronto.

Now, let us see how the written press is marketed in this large rural francophone community. We serve 180 towns and villages in New Brunswick. We have 750 sales outlets, and sell on the average 3,300 copies a day. Now, let us calculate. If maintaining sales outlets that sell 3,000 copies is not a social mission, we can say that it is nonetheless sometimes not very viable. And as you know, this is what the trust fund is for.

L'Acadie Nouvelle is a private company, and its founders have never deviated from its initial mission which is to give a first class source of information for most of the francophones of this province. *L'Acadie Nouvelle* was founded in 1984 as a regional daily, and became a provincial daily in 1989. In 2003, after lengthy financial and operational planning, *L'Acadie Nouvelle* launched its week-end edition. Currently, we distribute 20,400 copies from Monday to Saturday, 84 per cent of which go to subscribers who have the newspaper delivered each day at their door, and we have, as you know, more than 125 employees.

The print media in New Brunswick lives with the same realities as does the print media in Canada. *L'Acadie Nouvelle* is one of two independent French-language dailies in Canada, the other one is *Le Devoir* in Montreal. We are independent, and some admire us for that, but this is at the price of financial vulnerability of a kind that would strike terror into the heart of many a press magnate. The paper supply, especially distribution costs, the lack of the advantage of selling a whole range of products, dailies, weeklies, *Publi-sac*, and so forth, all these things prevent us from taking advantage of the economies of scale enjoyed by larger publishers. Like the CRTC, we have a problem with the decrease of editorial independence when there is cross-ownership or concentrated ownership. We believe that each owner of any kind of media represents an individual voice, as for the written press in New Brunswick, because of ownership concentration in the media, there are only two voices heard by the New Brunswick population, namely *Brunswick News* which you have heard much about, and *L'Acadie Nouvelle*.

Given that New Brunswick's advertising market is small, a large number of publications often controlled by a single owner only serves to fragment the advertising market instead of widening it.

Despite the fact that newspaper circulation has decreased both nationally and internationally, *L'Acadie Nouvelle* has been stable for the past few years, and I might even say that it has seen a slight increase in its circulation which is especially due to our Saturday edition. Given the fact that we are working in a minority francophone market, current changes in the press media oblige us to be very vigilant if we want to safeguard our future.

Regardons maintenant la situation du marché de la presse écrite dans ce grand quartier rural d'expression française. Nous desservons 180 villes et villages au Nouveau-Brunswick. Nous exploitons 750 points de vente qui génèrent en moyenne 3300 copies vendues par jour. Alors, on fait le calcul. Si ce n'est pas une mission sociale que de maintenir un point de vente pour trois mille copies vendues, on peut vous affirmer que c'est une proposition d'affaire peu viable parfois. Or, le fonds de fiducie, comme vous le savez, couvre cela.

L'Acadie Nouvelle est une entreprise privée, et ses fondateurs n'ont jamais dévié de la mission initiale qui consiste à fournir une source d'information de premier choix pour la majorité des francophones de cette province. Fondée en 1984 *L'Acadie Nouvelle* passe d'un quotidien régional à un quotidien provincial en 1989. En 2003, après une longue planification financière et opérationnelle, *L'Acadie Nouvelle* lance son édition du week-end. Nous distribuons maintenant 20 400 copies du lundi au samedi dont 84 p. 100 sont des abonnés à qui le journal est livré à leur porte quotidiennement, et nous avons, comme vous le savez, au-delà de 125 employés.

La situation des médias de la presse écrite au Nouveau-Brunswick subit les mêmes réalités que la presse écrite canadienne. *L'Acadie Nouvelle* est un des deux quotidiens d'expression française indépendant au Canada, l'autre étant *Le Devoir* à Montréal. Cette indépendance, qui nous vaut l'admiration dans certains milieux, est maintenue au prix d'une vulnérabilité financière qui ferait frissonner d'angoisse plus d'un magna de la presse. L'approvisionnement en papier, les coûts de distribution surtout, l'absence d'une force de vente combiné d'un éventail de produits, quotidiens hebdomadaires, *Publi-sac*, et j'en passe, sont tous des éléments qui nous empêchent de profiter de l'économie d'échelle dont les entreprises de presse intégrées jouissent. Tout comme le CRTC, nous sommes préoccupés par la diminution de l'indépendance éditoriale par rapport à la propriété croisée ou concentrée. Nous sommes d'avis que chaque propriétaire de tout genre de média représente une seule voix. Pour ce qui est de la presse écrite au Nouveau-Brunswick, la concentration de la propriété des médias fait en sorte que seulement deux voix s'offrent à la population du Nouveau-Brunswick, soit *Brunswick News* dont on vous a beaucoup parlé, et *L'Acadie Nouvelle*.

En raison de l'assiette publicitaire restreinte au Nouveau-Brunswick, le nombre accru de publications souvent détenu par un seul propriétaire ne fait que segmenter le marché de la publicité au lieu de l'accroître.

Malgré la baisse généralisée du tirage des journaux sur la scène nationale et internationale, à *L'Acadie Nouvelle* nous jouissons depuis quelques années d'une stabilité, et je dirais même d'une légère augmentation de notre tirage, grâce surtout à notre édition du samedi. Étant donné le fait que nos activités se déroulent dans un marché francophone minoritaire, les changements actuels dans la presse écrite nous forcent à demeurer très vigilants par rapport à notre avenir.

We already know that all the anglophone dailies belong to *Brunswick News*. A lesser known fact, Madam Chairman, is that this company owns two out of three newspapers in New Brunswick, including dailies and weeklies in both official languages, which means that they belong to francophone weeklies. In New Brunswick, in our francophone territory, there is an offensive of the weeklies. For the past two or three years, they have systematically gained ownership of most francophone weeklies and even founded a few new ones. Concentration and the recent acquisition of the Brunswick News group has a fragmenting effect on the advertising market and is a source of worry for us, because it puts even more pressure on the advertising market which is already very precarious in a minority market like ours. Everyone finds it harder to stay viable.

To conclude, if we really want a free market of ideas, where many different opinions are debated in public, we must ensure that any new press organization should belong to as many people as possible, and represent as many people as possible. This quote is from an article written by the head of the journalism department of Concordia University, professor Raudsepp. It is in this spirit that *L'Acadie Nouvelle* was founded, a newspaper which is a beacon for independent expression in the francophone print media in New Brunswick, and we are encouraged to do the same for several other groups, both francophone and anglophone. Unlike the electronic media regulated by the CRTC, the print media is not regulated by any authority, either federal or provincial. Here is an example. When Quebec acquired *TVA*, the CRTC gave Quebecor a choice: they could either acquire *TVA* and sell off the TQS network, or give up the acquisition of *TVA*. From this we conclude that the CRTC forced Quebecor to make a choice in order to protect the public interest and the diversity of opinions.

The Déry report for instance recommended that a surveillance council of press ownership should be set up to deal with problems created by media concentration. We agree with this recommendation.

In conclusion, we hope, in light of the presentations that have been made, that the committee will be able to take steps to ensure the vitality of the print media in minority communities. The insecurity associated with minority markets must be dealt with a sensitive management of realities. A number of the media industry's specific issues were raised in the report. For example, we believe that individual corporations that own several newspapers actually limit the diversity of voices and that there is less diversity than when newspapers are controlled by separate owners.

Madam Chair, that concludes our general presentation. I am accompanied by staff that look after the daily running of the newspaper. Obviously, I represent the shareholders and the company's mission statement.

On sait déjà que tous les quotidiens anglophones appartiennent à *Brunswick News*. Ce qui est moins connu, madame la présidente, c'est le fait que cette société est propriétaire de deux journaux sur trois au Nouveau-Brunswick, quotidiens et hebdomadaires des deux langues officielles confondus, c'est-à-dire qu'ils appartiennent à des hebdomadaires francophones. L'offensive du Nouveau-Brunswick, sur notre territoire francophone, passe par les hebdomadaires. Depuis deux ou trois ans, ils ont acquis de façon systématique la majeure partie des hebdomadaires francophones en plus d'en avoir fondé quelques autres. La concentration et la récente acquisition du groupe *Brunswick News* fragmente le marché publicitaire et représente pour nous une source d'inquiétude, parce que cela exerce encore plus de pression sur l'assise publicitaire déjà précaire dans un marché minoritaire comme le nôtre. Il devient plus difficile pour tout le monde de maintenir un niveau de rentabilité.

En conclusion, si nous voulons vraiment qu'un marché libre d'idée fonctionne, c'est-à-dire qu'il devienne un lieu où de nombreuses opinions différentes se disputent l'attention du public, nous devons insister pour que tout nouvel organe de presse appartienne au plus grand nombre de gens possible, et représente le plus grand nombre de gens possible. Cette citation est tirée d'un article écrit par le professeur et directeur du journalisme de l'Université Concordia, M. Raudsepp. C'est précisément dans cet esprit qu'a été fondée *L'Acadie Nouvelle*, un journal qui reste le phare de l'indépendance de l'expression d'opinion de la presse écrite francophone au Nouveau-Brunswick, et nous sommes encouragés à le faire pour plusieurs groupes, tant francophones qu'anglophones. Contrairement aux médias électroniques réglementés par le CRTC, la presse écrite n'est pas réglementée par une autorité quelconque, fédérale ou provinciale. Je donne l'exemple suivant. Dans le cas de l'acquisition de *TVA* par Quebecor, le CRTC a demandé à cette société de choisir : acquérir *TVA* ou se départir du réseau *TQS*, ou renoncer à l'acquisition de *TVA*. Nous en déduisons que le CRTC a exigé à Quebecor de faire un choix afin de protéger l'intérêt public et la diversité d'opinion.

Référons-nous au rapport Déry qui recommandait, par exemple, la création d'un conseil de surveillance de la propriété de la presse pour régler les problèmes liés à la concentration des médias. Nous croyons à cette recommandation.

En conclusion, nous souhaitons qu'à la lumière des présentations reçues, le comité puisse démontrer la vitalité de la presse écrite dans un milieu minoritaire et que sa précarité passe par une gestion sensible des réalités que comporte un marché minoritaire. Tel qu'il a été mentionné dans le rapport, où il y a peut-être eu quelques enjeux dans le secteur des médias, nous sommes également d'avis qu'un nombre de journaux détenus par une même entreprise limite la diversité des voix et que cette même diversité est moins grande que si les journaux étaient contrôlés par des propriétaires distincts.

Voilà, madame la présidente, notre présentation générale. Je suis assisté des gens qui gèrent ce journal au quotidien. Je représente évidemment les actionnaires et la mission.

Senator Trenholme Counsell: Sir, I am going to try to ask my questions in French. It will not be easy, but it will be a good challenge for me. I am tremendously grateful for your presence and presentation here today. I read *L'Acadie Nouvelle* most of the time, but, due to lack of time, I do not get to read it as much at the moment. I am very impressed by the *L'Acadie Nouvelle*. You provide residents of New Brunswick with very good coverage of events, culture, sport, current events and other issues both at a provincial and international level.

Are you happy with the interest shown by young people, particularly young Acadians? Do you think high school and University of Moncton students are interested in reading *L'Acadie Nouvelle*?

Mr. Jean Saint-Cyr, Senior Editor, *L'Acadie Nouvelle*: Mr. LeBreton has asked me to answer this question. Indeed, Madam Senator Counsell, it is worrisome when you look at studies on reading habits, especially those of the younger generation when it comes to where they get their information. We are hearing more and more about how important the Internet is and New Brunswick is no exception. It must be said that governments in New Brunswick have made a concerted and focused effort to ensure that every household in every region of the province has access to the Internet and that young New Brunswickers are no different from other young Canadians. They show a tremendous and increasing amount of interest in the Internet; there is a clear trend in this direction.

This is an issue that concerns us. Currently, our newspaper can be consulted on a same-day basis by people on-line from outside New Brunswick. Residents of New Brunswick only have access to our archives dating back more than seven days. So, it is indeed a concern. Currently, we prefer to focus on printed copy. We go to great lengths to ensure that our newspaper is as attractive as possible to our readers. In the past, we have taken a number of initiatives, with varying degrees of success, in an effort to increase the distribution of our newspaper among young people by involving them in reading in general and particularly our newspaper. Right now, we are not sure what the trend among youth will be. Will this interest in getting information off the Internet be a passing fad and, if so, will we see renewed interest in the newspaper? When the computer age came upon us, some people claimed that it would lead to the demise of the print paper and yet, when computers came on the scene there was more paper produced than ever before. So, it remains to be seen what will happen with the Internet. There are other schools of thought, but it does seem that humans still need this sort of hands on contact with a newspaper. And obviously, as a newspaper, we hope that that will not change. So, even if we are concerned and we continue to closely follow the trends and make adjustments where necessary, the fact is that the jury is still out on that one.

Le sénateur Trenholme Counsell : Monsieur, je vais essayer de vous poser mes questions en français. C'est difficile, mais c'est un bon défi pour moi. J'apprécie énormément votre présence et votre présentation aujourd'hui. Je lis *L'Acadie Nouvelle* la plupart du temps, mais, faute de temps c'est moins souvent en ce moment. Je reste très impressionnée par le journal *L'Acadie Nouvelle*. Vous offrez aux citoyens et citoyennes du Nouveau-Brunswick une très bonne couverture des événements, de la culture, des sports, des actualités et des différents sujets tant au niveau provincial qu'au niveau international.

Êtes-vous satisfait de l'intérêt des jeunes, particulièrement les jeunes Acadiens et Acadiennes ? Pensez-vous que les jeunes dans les écoles secondaires ou à l'Université de Moncton, soient intéressés à lire *L'Acadie Nouvelle* ?

M. Jean Saint-Cyr, rédacteur en chef, *L'Acadie Nouvelle* : Monsieur LeBreton me prie de répondre à cette question. Il est sûr, madame le sénateur Counsell, que cela nous inquiète un peu si on se fie aux études sur les habitudes de lecture et surtout sur les habitudes de la génération montante en termes de ses sources d'information. On nous dit que de plus en plus, Internet a beaucoup d'importance, et le Nouveau-Brunswick ne fait pas exception. On est quand même une province où il y a eu un effort concentré et structuré de la part des gouvernements afin de permettre aux foyers dans toutes les régions de la province d'accéder à Internet et les jeunes du Nouveau-Brunswick ne sont pas différents des autres jeunes canadiens. Ils s'y intéressent énormément, et de plus en plus, on voit cette tendance.

C'est une préoccupation. Actuellement notre journal peut être consulté sur Internet par les gens de l'extérieur du Nouveau-Brunswick qui peuvent l'avoir en ligne le jour même. Pour les résidents du Nouveau-Brunswick, ils ne peuvent qu'avoir accès à nos archives, c'est-à-dire plus vieux ou plus vieilles que sept jours. C'est en effet une préoccupation. Actuellement, nous préférons nous concentrer sur la copie imprimée. On met beaucoup d'efforts à présenter un journal qui soit le plus attrayant possible pour nos lecteurs. Nous avons initié dans le passé certaines initiatives avec plus ou moins de succès, justement pour faire circuler le journal et créer l'intérêt, tenter d'intéresser les jeunes à la lecture et notamment à la lecture du journal. Au moment où l'on se parle, nous ne sommes pas certains de la tendance que la jeunesse prendra. Est-ce que cet engouement pour la cueillette d'information sur Internet sera permanent ou est-ce qu'on reviendra au journal ? Lorsque l'informatique s'est répandue dans notre société, on prétendait que cela allait faire disparaître le journal sur papier. On n'a jamais produit autant de papier que depuis l'avènement de l'informatique, alors je crois qu'avec Internet, cela reste à voir. Il y a différentes thèses, mais il semble que l'humain ait encore besoin de ce contact avec le papier, ce contact physique avec le support, et nous espérons évidemment, étant un journal, que cela va rester ainsi. Actuellement, même si cela nous inquiète et qu'on se tient continuellement informés et qu'on essaie de s'ajuster, les dés ne sont pas encore complètement jetés.

Senator Trenholme Counsell: I have asked this very same question throughout Canada. Have you regularly distributed copies of *L'Acadie Nouvelle* in French schools throughout the province?

Mr. Saint-Cyr: Yes, that experiment conducted in schools has shown mixed success in that area. A good deal of money was invested in producing an educational guide, with the assistance of specialists in the field of education. So, it was not an in-house document. It was a project that *L'Acadie Nouvelle* invested in, which did not end up producing the results we had hoped for. We wanted to raise interest by touring schools, organizing mini conferences with students, and so on, but the results just did not turn out the way we had hoped. I think that the document is still valuable as an awareness-raising tool when it comes to reading and literacy. Would we reinvest in order to relaunch this document and continue our educational program on reading?

Senator Trenholme Counsell: It is absolutely necessary that schools have a copy or copies of newspapers daily. Teachers should give the students class projects that require the use of newspapers. Do you have any sections targeting youth in the Saturday edition? Do you include any material that is especially appropriate for young people?

Mr. Saint-Cyr: We perhaps do not currently have enough that is appropriate for them. With the limited resources we have, we have to prioritize. We have only been around for 20 years and we have been a provincial newspaper for 16 of those years. Our newspaper has a lot of projects, however we do not have the money to fund them. We do intend to further develop this section in the future however. Such an undertaking will initially involve developing a network, making contacts and organizing meetings. All this is relatively easy. The next step, maintaining the network, is not so easy. This would involve maintaining a youth network, if you will, and developing a section run by young people, which is another thing all together. Currently, we are trying to fine tune our newspaper in order to make it more attractive. What is difficult for newspapers is that other medias, such as television, offer a whole range of channels catering to the young, including music, science and so on. Television is a very attractive medium because it targets several of the senses, while a newspaper only targets two... Competition is tough for the print media, but we believe in this business and we hope to be able to attract young people into reading a daily newspaper. It is also a question of habit.

Senator Trenholme Counsell: Do you have a good relationship with the University of Moncton and its department of journalism?

Mr. Saint-Cyr: Yes, I think we do have a good relationship with them.

Senator Trenholme Counsell: Do you get students involved in projects from time to time?

Le sénateur Trenholme Counsell : J'ai posé cette même question partout au pays. Avez-vous distribué régulièrement des copies de *L'Acadie Nouvelle* dans les écoles françaises de la province?

M. Saint-Cyr : Oui, mais suite à une expérience en milieu scolaire, le succès demeure quand même mitigé. On a investi une bonne somme d'argent dans la production d'un guide pédagogique, avec l'aide de spécialistes en éducation, donc, ce n'était pas un document maison. C'était vraiment un projet dans lequel *L'Acadie Nouvelle* avait investi et cela n'a pas produit les résultats escomptés. L'intérêt qu'on voulait susciter par la tournée des écoles, des conférences auprès des étudiants, ainsi de suite, n'a pas rapporté les résultats escomptés. Je crois que ce document est toujours valable comme instrument de sensibilisation à la lecture et également dans un contexte d'alphabétisation. Est-ce qu'on réinvestira pour relancer ce document et continuer notre mission d'éducation par rapport à la lecture?

Le sénateur Trenholme Counsell : Il est fondamental d'avoir quotidiennement une copie ou des copies des journaux à l'école et ensuite, pour les enseignants et enseignantes d'offrir des projets d'étude pour lesquels les journaux sont essentiels pour compléter les projets dans la classe. Avez-vous des volets pour les jeunes dans l'édition du samedi ? Est-ce que vous avez quelque chose d'approprié pour les jeunes ?

M. Saint-Cyr : Actuellement, peut-être pas suffisamment approprié pour eux. Avec les moyens limités dont on dispose, il faut procéder par priorité. On n'a que 20 ans et cela fait maintenant 16 ans qu'on est un journal provincial, et c'est un journal qui a beaucoup de projets, mais encore faut-il avoir le moyen financier des ambitions, et cela fait partie des projets futurs du journal de développer davantage cette section. Cela implique dans un premier temps, de développer tout un réseau, et ensuite, surtout l'entretenir, parce que développer un réseau, faire les contacts, avoir des premières réunions, est relativement facile. Mais d'entretenir le réseau par la suite, le réseau de jeunesse, si vous voulez, et d'avoir une section qui serait opérée et maintenue par des jeunes, c'est une autre histoire. Actuellement, on essaie de peaufiner notre journal, de le rendre plus attrayant. Pour un journal, ce qui est difficile, c'est que les autres médias, telle la télévision, offre tous ces canaux spécialisés pour la jeunesse, de la musique, de sciences et tout cela, c'est un milieu très attrayant, parce qu'il s'adresse à plusieurs sens alors que nous, on ne s'adresse qu'à deux sens. La concurrence est certainement forte lorsqu'on est un médium écrit, mais c'est évident que nous y croyons et l'on espère pouvoir séduire les jeunes à l'attrait de la lecture d'un journal quotidien. C'est aussi une question d'habitude.

Le sénateur Trenholme Counsell : Avez-vous une bonne relation avec l'Université de Moncton et le département de journalisme ?

M. Saint-Cyr : Je crois que nous avons une bonne relation.

Le sénateur Trenholme Counsell : Est-ce que vous vous partagez des projets avec des étudiants de temps en temps ?

Mr. Saint-Cyr: Every summer, we hire recent graduates or students who are in their third, or between their third and fourth year of study. For example, this summer, two students will start to work for the newspaper next week. They will become part of that team and not only as part of a student's project. *L'Acadie Nouvelle* invests in these young people to give them an opportunity to work at a daily newspaper and we are the ones that pick up most of the tab. Also, every fall, the information-communication department of the University of Moncton invites employees from our newspaper to address students. Throughout the year, depending on what is going on, we have an exchange on a number of issues and try to develop projects together. So I think that the short answer to your question is yes. We have a good relationship which should be made even closer and consolidated. But, there is a good relationship and the willingness to operate on both sides.

Mr. LeBreton: There are also permanent employees at *L'Acadie Nouvelle* who are graduates of the university.

Senator Trenholme Counsell: Really?

Mr. LeBreton: Certainly. Furthermore, *L'Acadie Nouvelle*, in spite of its limited resources, does offer these students scholarships and we hope to improve them in the future. I would say that yes, it is a good relationship.

Mr. Saint-Cyr: The news' editor, the news' desk editor, the console operator, the person at the regional news' desk are all, along with the journalists, graduates of the information/communication department at the Université de Moncton.

Senator Trenholme Counsell: In fact, it would be a good thing for the immersion students in the province to have the opportunity to read your newspaper but it probably would not work.

Senator Munson: It is the same for me, I should be speaking to you in English because I do have a lot of trouble speaking French.

[English]

The most important thing I have done in my life is marry an Acadian, so I have to ask this question, half in English and half in French.

[Translation]

According to page 5 of your brief, the offensive undertaken by *Brunswick News* on francophone territory is through the weekly paper. For the past two or three years they have been systematically taking up the greater share of the francophones.

[English]

I am just wondering here, is *Brunswick News* deliberately trying to fragment the market?

Mr. Saint-Cyr : Tous les étés, nous embauchons des étudiants qui viennent de terminer leurs études ou qui sont en troisième ou entre la troisième et la quatrième année. Pour cet été par exemple, deux étudiants commenceront à travailler pour le journal la semaine prochaine. Ils seront intégrés à notre équipe, et cela, n'est pas limité à un projet d'étudiant. *L'Acadie Nouvelle* investit dans ces jeunes pour leur donner la chance de travailler dans le contexte d'un quotidien et nous assumons la très grande majorité des frais. Également, tous les automnes, le département de l'information/communication de l'Université de Moncton invite des gens du journal à s'adresser aux étudiants et au cours de l'année, dépendant de ce qui se passe, nous échangeons sur divers sujets et essayons d'élaborer des projets ensemble. Je crois que la réponse courte à votre question, c'est oui. Il y a une bonne relation qui mériterait d'être bonifiée et d'être resserrée, mais cette relation existe, et il y a de la bonne volonté des deux côtés.

Mr. LeBreton : Il y a aussi des employés permanents de *L'Acadie Nouvelle* qui sont diplômés de cette école.

Le sénateur Trenholme Counsell : Ah oui ?

Mr. LeBreton : Certainement. De plus, *L'Acadie Nouvelle*, malgré ses moyens limités, offre des bourses à ces étudiants, qu'on pense à améliorer dans le futur. Je dirais que oui, c'est une bonne relation.

Mr. Saint-Cyr : Le directeur de l'information, le chef de pupitre, la pupitreuse, celle qui est au pupitre de la nouvelle régionale, sont tous, et quelques-uns de nos journalistes, des diplômés du département d'information/communication de l'Université de Moncton.

Le sénateur Trenholme Counsell : En réalité, ce serait une bonne chose pour les étudiants en immersion de la province d'avoir la chance de lire votre journal, mais probablement, que cela ne marcherait pas.

Le sénateur Munson : C'est la même chose pour moi, je devrai m'adresser à vous en anglais car c'est très difficile pour moi de parler français.

[Traduction]

La chose la plus importante que j'ai faite de toute ma vie, cela a été d'épouser une Acadienne, de sorte que je dois vraiment poser cette question à moitié en anglais et à moitié en français.

[Français]

Selon votre discours sur la page cinq, l'offensive de *Brunswick News* sur le territoire francophone passe par l'hebdomadaire. Depuis deux ou trois ans, ils ont acquis de façon systématique la majeure partie des francophones.

[Traduction]

Alors je m'interroge, est-ce que *Brunswick News* tente délibérément de fragmenter le marché?

[Translation]

Mr. Gilles F. Haché, Sales and Marketing Director, L'Acadie Nouvelle: Yes, I think it is systematic. For three years there has been *L'Étoile de Madawaska* in the northwest and in the same area, the Chaleur region, there is a weekly acquired by the Irving Group, the *Northern Light*. There is also the *Publi-Sac*, providing a free English-language weekly known as *Market Place* and in third place, recently, there is a French weekly for the same market. They make combined offers for advertising. We cannot get involved in a price war, we do not have the means or resources and it is becoming increasingly difficult for us to prevent them. This is taking place in various regions, in the Madawaska area, the southeast and the northern part of the province.

[English]

Senator Munson: What do you think of it?

[Translation]

Mr. Haché: It is already difficult enough. I am attempting to imagine what the situation will be five or six years from now without being a prophet of doom and I wonder whether *L'Acadie Nouvelle* will be able to keep this up or to make this kind of offer. We do not have the capacity to make this kind of combined offer because we do not have the economies of scale.

[English]

Senator Munson: Have the Irvings ever approached *l'Acadie Nouvelle*?

Mr. LeBreton: No, but the way we are structured, it is impossible to be on the market. We have too many shareholders. We are not for sale, and I think they know it.

[Translation]

I would like to add, Senator Munson, that in the case of our weekly competitors, it is not just necessarily a question of acquisition.

When they bought the *Northern Light*, an anglophone newspaper in the north of the province, they set up a parallel French-language weekly and as I said at the beginning of my presentation, our clientele is 80 per cent rural with all the difficulties that involves when it comes to coverage and of course the weekly is quite attractive. We are not able to cover all the municipal councils of all the villages. So they are attacking a market where there is a demand but at the same time, we will be quite honest, as Mr. Haché said, in the long run they will be hurting us and the question that might arise is why would *L'Acadie Nouvelle* not get involved in weeklies. We are attempting to provide daily coverage at the provincial level, particularly in rural areas, and I am afraid that we will end up being surrounded and literally squeezed out.

It is a daily struggle and as you know, in a rural and minority setting we do have a number of challenges to meet, particularly in the Moncton urban area and in the northwest, in Madawaska.

[Français]

M. Gilles F. Haché, directeur ventes et marketing, L'Acadie Nouvelle : Oui, on pense que c'est systématique. Depuis trois ans, il y a *l'Étoile de Madawaska*, dans le Nord-Ouest, et dans la même zone, la région Chaleur, il y a un hebdo que le Groupe Irving a acheté, le *Northern Light*. Il y a aussi le *Publi-Sac* qui fournit un hebdo gratuit en anglais qui s'appelle le *Market Place*, puis en troisième lieu, récemment, il y a un hebdo francophone dans le même marché. Ils font des offres combinées pour la publicité. On ne peut pas embarquer dans une guerre de prix, on n'a pas les moyens ou les ressources et cela devient de plus en plus difficile pour nous de les en empêcher. Cela se produit aussi dans diverses régions, soit dans le Madawaska, dans le sud-est et dans le nord de la province.

[Traduction]

Le sénateur Munson : Qu'en pensez-vous?

[Français]

M. Haché : Actuellement, c'est déjà difficile. J'essaie d'imaginer dans cinq ou six ans, sans faire le prophète de malheur, je me questionne à savoir si *L'Acadie Nouvelle* pourra poursuivre ce rythme ou faire des offres comme celles-là. On n'a pas la capacité de faire des offres combinées parce qu'on n'a pas cette économie d'échelle.

[Traduction]

Le sénateur Munson : La famille Irving a-t-elle jamais contacté *L'Acadie Nouvelle*?

M. LeBreton : Non, mais de la façon dont nous sommes structurés, il est impossible d'être sur le marché. Nous avons trop d'actionnaires. Nous ne sommes pas à vendre, et je pense que les Irving le savent.

[Français]

J'aimerais ajouter, sénateur Munson, que dans le cas de nos compétiteurs dans les hebdomas, ce n'est pas nécessairement juste une question d'acquisition.

Lorsqu'ils ont acheté le *Northern Light*, qui était un journal anglophone du nord de la province, ils ont fondé parallèlement un hebdomadaire francophone, et comme je le disais d'entrée de jeu dans ma présentation, notre clientèle est à 80 p. 100 rurale avec ce que cela suppose comme problème de couverture et l'hebdomadaire évidemment est très attrayant. On ne peut pas couvrir tous les conseils municipaux de tous ces villages. Or, ils attaquent un marché où il y a une demande, mais en même temps, on va être très honnête, comme M. Haché le dit, à la longue, ils vont nous faire mal, et la question qui pourrait se poser serait pourquoi *L'Acadie Nouvelle* ne se lance pas dans les hebdomas. On essaie d'avoir une couverture quotidienne à la grandeur de la province, rurale surtout, et je crains qu'on va nous encercler et littéralement nous étouffer.

C'est un combat de tous les jours, et comme vous le savez, dans un milieu rural et minoritaire nous avons à relever des défis particulièrement dans le Moncton urbain et dans la région du

Those are our immediate priorities. It is absolutely essential for us to have much greater penetration in these two regions as a daily. We are definitely not in the weekly business but this is a tool that is being used, both the English language weekly in the North as well as the francophone one when it comes to marketing, for example, to keep the pressure on us.

[English]

Senator Munson: Keeping that in mind, in your presentation you talked about the precarious state of the minority language press. Obviously, this does not help. Do you have anything on your minds that we can recommend to make sure that your newspaper and other newspapers remain vital and important to not only the French community, but to the English language community of New Brunswick?

[Translation]

Mr. Saint-Cyr: Senator Munson, in the conclusion of our presentation, we refer to the difference which currently exists between the electronic and the print media. Electronic media are regulated because they require a license. But to start up a newspaper, you do not need a license, although from a public interest point of view, from a diversity of opinion point of view, if Canada wants to maintain a diversity of voices, including diversified and distinct sources of information in particular, we believe that we need a mechanism to help maintain diversified newspaper ownership. This is more or less what the CRTC imposes with regard to *TQS* and the acquisition of *TVA* by Quebecor, which already owned *TQS*. In the print media, this type of thing does not exist, so who will examine our situation as a communication enterprise which is systematically attacked in an organized manner to weaken us? We are being pressured to decrease our advertising rates, which would translate into a decrease in our revenues. It means that instead of growing as a newspaper, we would have to streamline our operations by cutting staff yet still trying to put out a daily newspaper.

As it now stands, this is not at all the direction we want to take and the chairman of the board can testify to that. I receive a huge amount of applications because I want to increase the size of my research department. I would like to have more newspapers in the regions and more columns. What can I afford to do as editor-in-chief?

The company, represented by the board of directors, says yes, but we are barely breaking even. We want to improve the quality of the paper, we would like to diversify our content, but where would we find the money? What does the future hold for us? The paper is breaking even today, and I believe that the purchase of the paper has stabilized the company. It is on a more sure financial footing, but we are far from becoming a listed public company. If we did decide to go public tomorrow morning, I do not think that Bay Street would jump to its feet. We are an almost homespun organization and we cannot compete against a huge conglomerate like that one which puts pressure on us daily.

nord-ouest, Madawaska. Ce sont nos priorités immédiates. Il faut absolument avoir une pénétration beaucoup plus importante dans ces deux régions en tant que quotidien. On n'est définitivement pas dans l'hébo, mais on se sert de cet outil qu'est l'hébo tant anglophone dans le nord que francophone au niveau marketing par exemple, pour nous serrer la vis.

[Traduction]

Le sénateur Munson : Sans oublier cela, vous nous avez dit dans votre exposé que la presse en langue minoritaire était dans une situation précaire. Et manifestement, cela ne vous aide pas. Auriez-vous quelque chose à l'esprit que nous pourrions recommander pour que votre journal et les autres journaux comme le vôtre gardent leur vigueur et leur importance non seulement pour la communauté francophone mais également pour la communauté anglophone du Nouveau-Brunswick?

[Français]

M. Saint-Cyr : Sénateur Munson, dans la conclusion de notre présentation on parle de la différence qui existe actuellement entre les médias électroniques et la presse écrite. Les médias électroniques sont quand même réglementés parce qu'ils doivent avoir une licence. Pour partir un journal, vous n'avez pas besoin de licence, mais il reste que sur le plan de l'intérêt public, sur le plan de la diversité de l'opinion, si on veut maintenir au Canada une diversité d'opinion, des sources d'information diversifiées et distinctes surtout, il nous semble qu'il faille un mécanisme favorisant le maintien d'une propriété diversifiée des journaux. Comme le fait jusqu'à un certain point le CRTC avec *TQS* et l'acquisition de *TVA* par Quebecor qui était déjà propriétaire de *TQS*. Dans la presse écrite, cela n'existe pas, alors qui va se pencher sur notre situation comme entreprise de communication et où l'on vit une offensive très systématiquement organisée pour nous affaiblir. On veut nous forcer à dévaluer le prix de la publicité, et cela veut dire affaiblir nos revenus. Cela veut dire qu'au lieu de grandir comme organisme de presse, nous devons rationaliser en sortant quotidiennement un journal avec moins de personnes.

Actuellement, ce n'est pas du tout l'orientation et le président du conseil d'administration peut en témoigner. J'ai énormément de demandes parce que je veux avoir un département de recherche un peu plus étoffé. Je veux avoir plus de journalistes en région, je veux plus de chroniques et cetera. Qu'est-ce que je peux me permettre comme rédacteur en chef?

L'entreprise, représentée par le conseil d'administration, dit oui, mais on fait à peine nos frais actuellement. On veut bien améliorer la qualité du journal, on veut bien diversifier notre contenu, mais où allons-nous prendre l'argent? Que nous réserve l'avenir? Actuellement, le journal fait ses frais, et je crois que l'achat de la presse fait en sorte que cela a stabilisé cette entreprise. Elle est un peu moins fragile, mais on est loin de devenir une compagnie publique inscrite à la bourse. Si on s'inscrivait à la bourse demain matin, je ne pense pas que ce serait l'engouement sur Bay Street. On est une entreprise presque artisanale, nous ne pouvons pas subir un conglomérat comme celui-là et nous faire frapper dans les côtés quotidiennement.

Luckily, there is lot of solidarity and pride amongst the Acadian people, and I believe that they are loyal to us. The majority of our readers are very aware of the newspaper wars in New Brunswick. We are fortunate to benefit from a certain degree of support, and certainly the sympathy and the empathy, of New Brunswick's Acadian readers. It is what enables us to survive. I hope that the next generation will also remain loyal to us. If indeed we manage to get young people to read the paper, rather than surfing the Internet or getting their information elsewhere, at least, with our paper, they will know who wrote the articles, where an event took place and what is happening. I certainly hope that our readers will remain loyal to us, but there is no guarantee, only the future will tell. We are working very hard to maintain the loyalty and interest of our readers for New Brunswick's Acadian community.

Senator Munson: I have a final question. Is the *Presse canadienne* important for *L'Acadie Nouvelle*?

Mr. Saint-Cyr: Definitely, since for the moment, it is still part of my projects. I am in preliminary talks with a journalist who now works as a professor in the Ottawa area and who could be a correspondent for us at least once a week, and provide us with an analysis about interesting events which happened during the week and which affect New Brunswick and Acadians in particular. This is the type of requests I have to make to the board of directors in order to get money. If we do not have anyone on site, it is obvious that if we did not have the pieces from the *Presse canadienne* and from the *Associated press*, it would be hard for us to have a section on national politics, and even harder as far as international politics are concerned. Without these two news organizations, we could simply not afford it.

The current situation is not what I would wish for as editor-in-chief, and I would rather have someone from *L'Acadie Nouvelle* on site whom we could call in every day. Of course that is what we would wish for, but since we are an independent newspaper, we cannot afford it for now. We hope to continue to develop our market and to increase our penetration in some areas of New Brunswick, which would increase our revenues which we could then reinvest, for instance, in having our own correspondent in Ottawa. We already have a correspondent in Fredericton, and we have reporters throughout the province, we also have correspondents in Montreal who cover cultural events, but for now, that is all we can afford. It is part of our plan to increase our penetration in New Brunswick markets where we believe there is still room for expansion. We hope we can counter *Brunswick News* tactics, which consists in pressuring us to reduce our advertising rates, which would lead to a decrease in our revenues and force us to back down. At the moment, we are more focused on expansion and improving our services rather than cutting back and streamlining. We are swimming against the current because we are one of the only remaining independent newspapers. We are a young newspaper organization which is still growing rather than cutting back. How long will we be able to swim against the

Heureusement, il existe une fierté et une solidarité de la part du peuple Acadien et je crois qu'on bénéficie d'une certaine fidélité à cet égard. La majeure partie de nos lecteurs sont très conscients de cette guerre de la presse écrite au Nouveau-Brunswick. Nous bénéficions heureusement d'un certain appui et certainement d'une sympathie et d'une empathie des lecteurs Acadiens au Nouveau-Brunswick. C'est ce qui nous permet de continuer à vivre. J'espère que cette fidélité restera avec la génération montante. Si effectivement on continue à intéresser les jeunes à la lecture du journal, plutôt que d'aller sur Internet et de se perdre sur toutes sortes de sources, au moins, avec le journal, ils sauront qui écrit les articles, où l'événement s'est produit et de quoi on parle. J'espère que la fidélité de nos lecteurs restera, mais il n'y a rien de garanti, seul l'avenir nous le dira. Nous déployons beaucoup d'efforts afin de maintenir cette fidélité et cet intérêt de nos lecteurs pour la communauté Acadienne du Nouveau-Brunswick.

Le sénateur Munson : J'ai une dernière question. Est-ce que la *Presse canadienne* est importante pour *L'Acadie Nouvelle* ?

M. Saint-Cyr : Définitivement, puisque pour le moment, cela fait encore partie de mes projets. Je suis en pourparlers préliminaires avec un journaliste qui est maintenant professeur dans la région d'Ottawa et qui pourrait nous servir de correspondant au moins une fois par semaine pour nous donner une analyse de ce qui s'est passé d'intéressant durant la semaine pour le Nouveau-Brunswick et pour les Acadiens en particulier. Ce sont des demandes que je dois faire au conseil d'administration afin d'avoir les ressources financières. À défaut d'avoir quelqu'un sur place, il est évident que si on n'avait pas les textes de la *Presse Canadienne* et de *Associated Press*, on pourrait difficilement avoir une section sur la politique nationale et encore moins sur la politique internationale. Sans eux, c'est hors d'atteinte en terme strictement monétaire.

La situation actuelle n'est pas celle que je souhaite comme rédacteur en chef, et je préférerais avoir une personne de *L'Acadie Nouvelle* qui serait sur place et qu'on pourrait appeler tous les jours. C'est sûr que c'est ce qu'on souhaiterait, mais étant un journal indépendant, on ne peut se le permettre pour le moment. Nous espérons continuer à développer notre marché et avoir une plus grande pénétration dans certaines régions du Nouveau-Brunswick, ce qui nous apporterait davantage de revenus qu'on pourrait réinvestir par exemple, dans notre propre correspondant à Ottawa. On a déjà un correspondant à Fredericton, on a des journalistes un peu partout autour de la province et on a des correspondants à Montréal pour le secteur culturel, mais pour l'instant, c'est tout ce qu'on peut se permettre. Cela fait partie des projets de notre offensive de pénétration dans les marchés au Nouveau-Brunswick où on considère qu'il y a de la place pour de l'expansion. On espère résister à la tactique de *Brunswick News* qui tend à vouloir faire baisser les prix de notre publicité, donc baisser nos revenus et nous inciter à reculer. Actuellement notre orientation est plutôt axée vers l'expansion et vers l'amélioration de nos services plutôt que de couper et de rationaliser. On est un peu à contre-courant parce qu'on est un des seuls journaux indépendants qui reste. On est une jeune organisation de presse

current? Perhaps we are wearing blinders, perhaps we are closing our eyes to an approaching wall, but we remain unrepentant optimists.

The Chair: That is always good to hear. How many reporters do you have?

Mr. Saint-Cyr: There are about 60 people on the payroll in the newsroom, but I have about a dozen full-time reporters, including four sports reporters plus one or two general news reporters who also write pieces on sports and arts and culture. My reporters are versatile. Some of my reporters have to do desk work one or two days a week. I have a dozen reporters, but each of them is not necessarily specialized in a given area.

The Chair: When you say they are on your payroll, are you referring to news room reporters, or does that figure also include freelancers?

Mr. Saint-Cyr: Yes, included in the 60 people are also freelancers.

The Chair: How many full-time employees do you have?

Mr. Saint-Cyr: I have a dozen reporters who provide editorial content, in addition to the console operators, two secretaries and three layout designers.

The Chair: That is not bad.

Mr. Saint-Cyr: Two full-time proofreaders and two surplus employees. So we have about 20 or 21 full-time or part-time employees working on a regular basis.

The Chair: For a circulation of just over 20,000?

Mr. Saint-Cyr: Yes. My newsroom budget is just under \$2 million a year.

The Chair: That is not bad. What is the price for a subscription?

Mr. Saint-Cyr: It is \$215 a year.

The Chair: Do you receive any grants? Of course, there is the foundation which contributes to or pays entirely for circulation.

Mr. LeBreton: No. You know, we have a trust fund which was established with an original amount of \$6 million.

Mr. Saint-Cyr: It was not set up for us.

Mr. LeBreton: Not for us, for *Le Matin*, but it was transferred to *L'Acadie Nouvelle*. We did not say so in our presentation, but in the good years that \$6 million amount brought in \$700,000. To give you an example, last year it brought in \$269,000, and in an average year our distribution costs between \$550,000 and \$650,000 a year. So, as you can see, the last two years have been tough in that regard.

The Chairman: Do you receive any grants?

Mr. LeBreton: No.

encore sur un élan d'expansion plutôt qu'un élan de compression. Combien de temps pourrions-nous nager contre le courant? Peut-être qu'on a des ceillères, qu'on se ferme les yeux et que le mur est plus proche de nous qu'on ne le croit, mais nous sommes d'incorrigibles optimistes.

La présidente : Ce qui est toujours bon à entendre. Vous avez combien de journalistes ?

M. Saint-Cyr : Sur ma feuille de paie on compte à peu près 60 personnes à la salle de rédaction, mais des journalistes à temps plein, j'en ai grosso modo une douzaine, soit quatre journalistes sportifs plus un ou deux journalistes de nouvelles générales qui font également les articles sur les sports et les arts et la culture. J'ai des journalistes polyvalents. Certains de mes journalistes doivent, une journée ou deux par semaine, faire du pupitre. J'ai douze journalistes, et cette douzaine n'est pas nécessairement spécialisée.

La présidente : Les journalistes à la salle de rédaction ou quand vous dites sur votre liste de paie, ce chiffre comprend-il aussi les pigistes?

M. Saint-Cyr : Oui, dans les 60 personnes, les pigistes sont inclus.

La présidente : Des employés à plein temps, il y en a combien ?

M. Saint-Cyr : À la rédaction, j'ai une douzaine de journalistes en plus des pupitreurs, deux secrétaires et trois maquettistes.

La présidente : C'est pas mal.

M. Saint-Cyr : Deux correctrices à temps plein, et deux surnuméraires. On parle de 20 ou 21 personnes à temps plein ou à temps partiel sur une base régulière.

La présidente : Pour un tirage de 20 000 et des poussières ?

M. Saint-Cyr : Oui. Pour la rédaction mon budget frôle les 2 millions de dollars par année.

La présidente : C'est pas mal. Et quel est le prix d'un abonnement ?

M. Saint-Cyr : C'est 215 \$ par année.

La présidente : Est-ce que vous recevez des subventions? Il y a la fondation, évidemment, qui contribue ou paie entièrement la distribution.

M. LeBreton : Non. Vous savez, nous avons un fonds de fiducie qui a été établi au départ à 6 millions de dollars.

M. Saint-Cyr : Il n'a pas été établi pour nous.

M. LeBreton : Pas pour nous, pour *Le Matin*, mais il a été transféré à *L'Acadie Nouvelle*. On ne l'a pas dit dans l'histoire, mais ces 6 millions de dollars, dans des bonnes années, a déjà rapporté 700 000 \$. L'an dernier, pour vous donner un exemple, il a rapporté 269 000 \$ et notre distribution nous coûte bon an mal an 550 000 \$ à 650 000 \$ par année. Alors, vous constaterez, que les dernières années ont été pénibles à cet égard.

La présidente : Est-ce que vous recevez des subventions ?

M. LeBreton : Non.

The Chairman: From any government?

Mr. LeBreton: No. We use the trust fund for distribution only.

The Chairman: Only. Are there not any contributions from the community? For instance, at a certain point, dinner fundraisers were held for *Le Devoir*.

Mr. LeBreton: No, not at all. As Mr. Saint-Cyr mentioned, when we saw that our income from the distribution trust had fallen drastically, we made a business decision to buy our printer. We were the main client of the printer, who paid us rent, so we bought the operation while simultaneously launching our week-end edition, which increased the volume of activity of the printer. These somewhat convoluted operations allowed us to survive through fairly difficult periods. However, we have to say that the reason why we wanted to put out a week-end edition was to stabilize our market penetration in Moncton.

The week-end edition is first and foremost an urban product, which was lacking in the Moncton area. It was also a profitable undertaking, because we increased our market penetration with the week-end edition. You know, Moncton is the only urban centre we have in Acadia. Of course, Moncton serves other areas, but we think of it as our town.

The Chairman: You had a problem, and you reacted by going on the offensive and by occupying the territory, if I may put it that way. Could you not achieve the same goal by buying or creating your own weekly publications, or by creating sections which would be the equivalent of weekly publications?

Mr. LeBreton: Once more, Madam Chair, if I may, over the last four years we have launched a week-end edition, we bought *L'Acadie Presse*, we created a pension fund for our employees and we built a warehouse because when you are in the newspaper business, you obviously need a place to store paper.

The Chairman: I was not accusing you.

Mr. LeBreton: If the next time I went up to the board and announced that we were buying a weekly, I would lose my job. If we could increase and consolidate our market penetration in the northwest, in the Greater Madawaska and the Greater Dieppe-Moncton areas, that would allow us to engage in other activities, which you qualified as an offensive, which I think is a very good idea. But for now, my board members have told me to "hold back on major offensive and try to stabilize what you have achieved until now."

The Chairman: I understand. How many French-language weeklies are there in New Brunswick?

Mr. Saint-Cyr: I could perhaps name them for you by beginning with the northwest. Do you want exact figures?

Mr. Haché: I do not have the exact figures, but I can name them for you.

La présidente : De quelque gouvernement que ce soit ?

M. LeBreton : Non. Le fonds de fiducie est pour des fins de distribution seulement.

La présidente : Seulement. N'y a-t-il pas de contributions de la communauté, par exemple, au *Devoir*, à un moment donné, on faisait des dîners-bénéfices.

M. LeBreton : Non, pas du tout. Monsieur Saint-Cyr l'a mentionné, lorsqu'on a vu cette dégringolade des revenus de la fiducie pour la distribution, nous avons pris une décision d'affaire en achetant notre imprimeur. Étant le principal client et le locataire de cette imprimerie, on en a fait l'acquisition, et parallèlement, nous avons lancé notre édition de fin de semaine, augmentant ainsi le volume d'activité de cette imprimerie. C'est un peu cette gymnastique qui nous a permis de passer des moments assez difficiles. Par la suite, il faut dire que l'édition de fin de semaine avait pour but de stabiliser notre pénétration dans Moncton.

L'édition de fin de semaine est avant tout un produit qui est davantage urbain, et cela manquait dans la région de Moncton. Ce fut alors profitable, parce que notre pénétration avec l'édition de fin de semaine a augmenté. Vous savez, c'est le seul centre urbain que nous avons en Acadie. On le partage évidemment, mais on pense que c'est chez nous maintenant.

La présidente : Vous aviez un problème, et vous avez réagi en allant à l'offensive, en occupant le terrain, si vous voulez. Ne pourriez-vous pas faire la même chose, soit acheter ou créer des hebdomadaires vous-mêmes ou créer des sections qui seraient l'équivalent d'hebdomadaires?

M. LeBreton : Encore une fois, madame la présidente, si vous me permettez, au cours des quatre dernières années, nous avons lancé une édition de fin de semaine, nous avons acheté *L'Acadie Presse*, nous avons donné un fonds de pension à nos employés, nous avons bâti un entrepôt parce qu'avec la presse, cela prenait évidemment un endroit pour entreposer le papier.

La présidente : Je ne vous accusais pas.

M. LeBreton : La prochaine fois que j'arrive au conseil et que je leur dis qu'on achète un hebdo, moi je perds ma « job ». Si nous pouvions augmenter et renforcer une pénétration des médias dans le nord-ouest, dans le Grand Madawaska et dans la région du Grand Dieppe/Moncton, cela nous permettrait de faire d'autres gestes que vous qualifiez d'offensifs, que je trouve très bien d'ailleurs, mais pour le moment, mes membres du conseil m'ont dit « mets la pédale douce sur l'offensive, essaie de stabiliser ce que vous avez fait jusqu'à maintenant. »

La présidente : Je comprends. Il y a combien d'hebdomadaires de langue française au Nouveau-Brunswick?

M. Saint-Cyr : Je pourrais peut-être vous les nommer en commençant par le nord-ouest. Voulez-vous les chiffres exacts ?

M. Haché : Je n'ai pas les chiffres exacts, mais on peut les nommer.

Mr. Saint-Cyr: If you start with the northwest, there is the *Cataracte* in Grand-Sault, which was bought out by *Brunswick News*. There are two papers in the Edmundston area, namely the *République* and the *Madawaska*.

Mr. Haché: There is also *l'Info Week-end* in the Madawaska region.

Mr. Saint-Cyr: *L'Info Week-end* is a product from Quebec which is attempting to serve the needs of the Madawaska area. In Restigouche there is *l'Aviron*, which belongs to *Quebecor*, and in the riding of Acadie-Bathurst, the *Brunswick News* has just launched *l'Hebdo Chaleur* this spring. In the southeast, there is the *Moniteur*. It is one of the only independent weeklies. There is *l'Étoile*, which is headquartered here in Dieppe, but which is distributed in Kent County and especially in the Greater Moncton area, and which is owned by *Brunswick News*. Have I forgotten a region?

Mr. Haché: *Le Journal de Dieppe*.

Mr. Saint-Cyr: *Le Journal de Dieppe*, which I am less familiar with and which also belongs to an independent organization.

That is the current situation, but there are 239,000 people living on this territory, and obviously, to reach these 239,000 people, there are no businesses willing to buy advertising space and who are fighting over advertising space, or are trying to get the attention of these 239,000 consumers. There is a very limited amount of space, so as a result the advertising pie is fairly modest. Of course, there are many small business people located throughout this territory, for many of these businesses, their clients are located in a 100-kilometre regional radius. But beyond that, there are not interested in reaching people, because they know that people will not travel all that way to get to them.

It is different for the Moncton/Dieppe region. It is a provincial centre of attraction for all of the Maritimes. The Bathurst or Campbellton business person is interested in the high profile of the county, and the people living there are the ones targeted by the *Brunswick News* and they provide business people with several advertising options for a lower rate. That is what gives us problems. Mr. Haché can tell you more.

Mr. Haché: To round up the picture, there are 32 free weekly publications; out of the 32 publications, 21 belong to the *Brunswick News* group in New Brunswick, and according to our sources, this trend will continue. This is a major situation.

The Chairman: As far as the circulation is concerned, is the proportion constant, namely two-thirds?

Mr. Haché: Two-thirds, yes.

Mr. LeBreton: Many of these publications are distributed freely, so it is difficult to assess what the cost of the circulation is.

The Chairman: Yes, that is true.

Mr. Haché: They are distributed in the ad bags, the *Publi-sac*, which also belong to the Irving Group.

M. Saint-Cyr : Si on commence avec le nord-ouest, il y a le *Cataracte* à Grand-Sault, qui a été acheté par *Brunswick News*. Il y en a deux dans la région d'Edmundston, qui sont la *République* et le *Madawaska*.

M. Haché : Il y a aussi *l'Info Week-end* aussi dans le Madawaska.

M. Saint-Cyr : *L'Info Week-end* est un produit du Québec, mais qui tente de desservir le Madawaska. Au Restigouche il y a *l'Aviron*, qui appartient à *Quebecor*, et dans le comté d'Acadie-Bathurst, le *Brunswick News* vient d'ouvrir ce printemps *l'Hebdo Chaleur*. Dans le sud-est, il y a le *Moniteur*. C'est un des seuls hebdomadaires indépendants. Il y a *l'Étoile* dont le siège social est ici à Dieppe mais qui est distribué dans le comté de Kent et surtout dans le Grand Moncton et qui est la propriété de *Brunswick News*. Est-ce que j'ai oublié une région ?

M. Haché : *Le Journal de Dieppe*.

M. Saint-Cyr : *Le Journal de Dieppe*, que je connais moins est un journal qui appartient à un indépendant.

C'est le portrait actuel, mais il y a 239 000 personnes sur ce territoire, et évidemment, pour desservir ces 239 000 personnes, il n'y a pas de commerces qui veulent acheter de la publicité et qui se disputent l'espace publicitaire, ou encore l'attention de ces 239 000 consommateurs. C'est très limité comme espace, alors forcément, l'assiette publicitaire est très modeste. Il est certain qu'il y a beaucoup de petits commerçants qui sont répartis sur ce territoire. Il y en a plusieurs dont la clientèle-cible est régionale, et ce, dans un rayon de 100 kilomètres. Au-delà de cela, ça ne les intéresse pas. Ils savent que les gens ne viendront pas chez eux.

C'est différent pour la région de Moncton/Dieppe. C'est un centre d'attraction provincial à l'échelle des Maritimes. Quand on parle du commerçant de Bathurst ou du commerçant de Campbellton, ce qui l'intéresse, c'est l'attraction du comté, et c'est à cette clientèle que le *Brunswick News* s'adresse, et à qui ils offrent plusieurs supports publicitaires pour un prix moindre. C'est à ce niveau que cela nous pose des problèmes. Monsieur Haché pourrait vous donner plus de détails.

M. Haché : Pour compléter, il y a 32 publications hebdomadaires gratuites; sur 32 publications, 21 appartiennent au groupe *Brunswick News* au Nouveau-Brunswick, et il y a une tendance selon nos sources, que cela va continuer. C'est une situation qui est majeure.

La présidente : Au niveau du tirage, est-ce que la proportion est constante, soit les deux tiers ?

M. Haché : Les deux tiers, oui.

M. LeBreton : Il y a beaucoup de ces supports qui sont distribués gratuitement, alors le tirage est très difficile à évaluer.

La présidente : Oui, c'est vrai.

M. Haché : Ils sont distribués avec le *Publi-sac* qui appartient aussi au Groupe Irving.

The Chairman: That is normal. From their point of view, it is probably normal?

Mr. Saint-Cyr: It is normal, yes.

The Chairman: That is client support.

Mr. Saint-Cyr: Yes.

The Chairman: This situation creates significant problems for you. Incidentally, since we are talking about the Irving Group, I read with interest the editorial you wrote in this morning's paper. Is Mr. Rainville here?

Mr. LeBreton: Yes, he is here, and he will speak a little later.

The Chairman: Mr. Saint-Cyr, have you ever published reports on this matter or is this the first time you bring it up?

Mr. Saint-Cyr: What are you talking about?

The Chairman: The case of Mr. Mike Parker.

Mr. Saint-Cyr: I only arrived at the paper a little over six months ago, so I could not say whether it is the first time it's been talked about. What is interesting, however, is when people talk about the diversity of opinions. Mr. Rainville will speak in his own name; he is on the editorial team but he is not an employee of the paper. Mr. Rainville is a retired philosophy professor and he was in charge of the Acadian press council for a while. I am very proud that he agreed to be a member of our editorial team on a regular basis and that he contributes two editorials per month.

The Chairman: In fact, he is on our witness list. I will therefore ask him questions on this subject.

Mr. Saint-Cyr: It is nice to see that there are people who are interested in the paper and who feel it is important to maintain this diversity by agreeing to work with us for very little money.

The Chairman: I can imagine.

Mr. Saint-Cyr: I am very honoured that Mr. Rainville is a member of our team, and I believe that he will have many interesting things to say to you with regard to the state of the print media in New Brunswick.

The Chairman: Gentlemen, this was extremely interesting. Thank you. We covered a lot of ground, and if there are any copies of your paper available, I would like to have them. I may even take out a subscription myself.

[English]

Honourable senators, we will hear next from Mr. John Steeves. There is also a slight addition to our program because we had neglected to list Mr. David Cadogan, who will also appear, and then we will go to our gratifyingly long list of members of the public who wish to appear before us. Mr. Steeves, we also spelled your name wrong in our notice. I apologize. Not only journalists, but also Senate committees and staff of committees can

La présidente : C'est normal. De leur point de vue, c'est sans doute normal?

M. Saint-Cyr : C'est normal, oui.

La présidente : On fournit des appuis aux clients.

M. Saint-Cyr : Oui.

La présidente : Cette situation crée des problèmes importants pour vous. Justement, en parlant de la compagnie Irving, je lisais avec intérêt votre éditorial de ce matin. Monsieur Rainville est ici?

M. LeBreton : Oui, il est ici, et il parlera tout à l'heure.

La présidente : Monsieur Saint-Cyr, est-ce que vous aviez déjà publié des reportages sur le sujet ou est-ce la première fois que vous en parlez?

M. Saint-Cyr : Qu'on parle de?

La présidente : Du cas de M. Mike Parker.

M. Saint-Cyr : Je ne suis arrivé au journal qu'il y a un peu plus de six mois, je ne pourrais pas vous affirmer si c'est la première fois qu'on en parle. Ce qui est intéressant, cependant, c'est lorsqu'on parle de diversité d'opinions. Monsieur Rainville se présentera lui-même, il fait partie de l'équipe éditoriale et il n'est pas un employé du journal. Monsieur Rainville est un professeur de philosophie à la retraite et il s'est occupé du conseil de la presse acadienne un bout de temps. Je suis très fier qu'il ait accepté de faire partie de notre équipe éditoriale de façon régulière en contribuant à deux éditoriaux par mois.

La présidente : Il est justement sur la liste des témoins. Ce sera donc à lui que je poserai des questions à ce sujet.

M. Saint-Cyr : C'est intéressant de voir des gens qui s'intéressent au journal et qui ont à coeur de maintenir cette diversité en collaborant avec nous pour pas grand chose sur le plan monétaire.

La présidente : J'imagine.

M. Saint-Cyr : Je suis très honoré d'avoir M. Rainville au sein de notre équipe, et je crois qu'il aura beaucoup de commentaires à vous faire sur l'état de la presse au Nouveau-Brunswick.

La présidente : Messieurs, ce fut extrêmement intéressant. Nous vous remercions. Nous avons couvert beaucoup de matières, et s'il y a d'autres exemplaires de votre journal, j'aimerais bien les voir. Je vais peut-être même m'abonner.

[Traduction]

Honorables sénateurs, nous allons maintenant entendre M. John Steeves. Nous avons également ajouté un petit quelque chose à notre programme parce que nous avons omis d'y mentionner M. David Cadogan, qui va également venir témoigner, après quoi nous allons passer à notre liste, fort heureusement longue, de citoyens qui ont exprimé le souhait de comparaître. Monsieur Steeves, nous avons également mal épilé

sometimes make typographical errors. Anyway, welcome, and we look forward to hearing your presentation and asking you questions.

Mr. John Steeves, as an individual: Senators, it is a privilege to be allowed to appear here today. I intend to try to keep things fairly informal, at least from my point of view. I understand that you have a couple of letters, one of which was originally a personal letter to Senator Day. I do have an abbreviated version of that with me. Some of the comments I have made of a personal nature I would prefer kept confidential among the senators. Also, there is a request to appear —

The Chairman: Let me just clarify that. Yes, Senator Day did forward that letter to us, but it was so obviously a personal letter that we have taken it as a document for our information, not as a formal submission to the committee. You are safe.

Mr. Steeves: Since then, I have given an abbreviated copy to a couple of members of the press. Anyway, essentially, I will try not to repeat some of the comments I have heard from previous witnesses today, although I must confess that I have to agree with 90 to 95 per cent of them. Anecdotally, I would like to concentrate on the responsibility on an individual or a small group of individuals when they hold a predominant concentration of information dissemination in a province, in a territory or whatever.

As I mentioned, when I was 31, I was appointed senior editor in the Yukon, only to find that about three-quarters of the people of the Yukon relied on CBC radio news as their prime source of information. To be honest, it was a terrifying prospect, trying to figure out a way to ensure that the diverse opinions of the white majority, the native minority, the miners, the environmentalists, et cetera, could be broadcast in this situation, because there was no diversity of news. As I said, I would like to think I did relatively well, but I know that it is the type of responsibility that should not be put on any one individual. I also mentioned a similar experience with CBC television in Newfoundland, where I believe a small group of people on the assignment desk or the production desk got too close to the story about the clergy scandal of the time.

That leads me to the situation here in New Brunswick. I know James C. Irving personally and I think he is a well-intentioned young man who really would love to oversee papers of the calibre of *The New York Times*, of which I know he is very fond. The difficulty for him, or for anyone else, is that power corrupts, and there is always the danger of absolute power corrupting absolutely. The best intentions may not always lead to the best

votre nom dans notre avis de convocation et je vous prie de bien vouloir nous en excuser. Il n'y a pas que les journalistes qui font parfois des fautes de frappe, les comités du Sénat et leurs collaborateurs en font parfois aussi. Quoi qu'il en soit, je vous souhaite la bienvenue et nous sommes impatients à la fois d'entendre votre exposé et de vous poser des questions.

M. John Steeves, à titre personnel : Sénateurs, c'est pour moi un privilège de pouvoir ainsi comparaître devant vous aujourd'hui. J'ai l'intention de vous parler sans cérémonie, du moins selon ma conception de la chose. Je sais que vous avez reçu une correspondance, et notamment une lettre qui, à l'origine, était adressée personnellement au sénateur Day. J'en ai une version abrégée ici. Comme certaines des choses que je disais étaient de nature personnelle, je préférerais que vous en respectiez le caractère confidentiel. Il y a également une demande de comparution...

La présidente : Permettez-moi de préciser. Effectivement, le sénateur Day nous a transmis cette lettre, mais comme c'était manifestement une lettre personnelle, nous l'avons considérée plutôt comme une source d'information que comme une correspondance officielle adressée au comité. Vous n'avez donc rien à craindre.

M. Steeves : Depuis lors, j'ai transmis une version abrégée de cette lettre à quelques journalistes. Peu importe, je vais essayer de ne pas répéter ce que j'ai entendu dire par les témoins qui m'ont précédé aujourd'hui, même si je dois vous avouer que je suis d'accord avec 90 à 95 p. 100 de ce que j'ai entendu. En passant, je voudrais surtout vous parler de la responsabilité de ceux qui, individuellement ou en petits groupes, occupent une position dominante sur le marché de l'information dans une province, un territoire et ainsi de suite.

Comme je vous le disais, à l'âge de 31 ans j'ai été nommé rédacteur en chef principal au Yukon, mais pour constater que trois quarts des gens du territoire écoutaient la radio de Radio-Canada qui était leur principale source d'information. Pour être honnête avec vous, cette perspective m'a terrifié, parce que j'essayais de voir comment il serait possible de faire en sorte que les opinions très différentes de la majorité blanche, de la minorité autochtone, des mineurs, des environnementalistes et autres pourraient être diffusées dans ce contexte, étant donné qu'il n'y avait aucune diversité de médias. Comme je vous le disais, je me plais à penser que j'ai relativement bien réussi, mais je sais que c'est le genre de responsabilité qu'il ne faut pas imposer à une personne seule. J'ai également mentionné une expérience semblable à la télévision de Radio-Canada à Terre-Neuve, où un petit groupe de gens à la distribution ou à la production étaient à mon avis beaucoup trop proches de ce fameux scandale des religieux qui avait fait rage à l'époque.

Tout cela m'amène à vous parler de la situation actuelle au Nouveau-Brunswick. Je connais personnellement James C. Irving et je pense que c'est un jeune homme ayant d'excellentes intentions et qui adorait avoir la supervision de journaux du calibre du *New York Times*, un journal qu'il affectionne beaucoup, je le sais. La difficulté pour lui, ou pour quiconque, c'est que le pouvoir corrompt, et il y a toujours le risque d'un

results. I did want to mention one small example here. When I was working at the *Kings County Record* in the fall of 2002 and Jamie Irving was my boss, I picked up information about a relatively insignificant story. An Irving-owned company called Bayshore Lumber was shutting its doors in Sussex. I think there were around 20 or 30 jobs lost. The employees had been notified. We knew that. Virtually everyone in town knew about it, but for some reason, the Irving publicity people would not comment. I happened to know that Jamie Irving was spending the weekend with his father, so I asked him to get confirmation. We had double-sourced the story, but it is always nice to get the other side. The confirmation came back with an order to hold the story for a week. Now, that is a minor thing, to hold it for a week, but it is an indication of how Irving influences outside the media empire can affect the reporting of the news. We ran the story a week later. Perhaps I should have run it anyway, but it is always hard to violate an order from the boss.

There were a couple of other things I wanted to mention before we get on to questions. I brought with me a copy of this week's *Kings County Record*. Probably for the province as a whole, but certainly in the Sussex area, and without getting into any priorities, the predominant four industries are trucking, lumbering, agriculture and mining. About a year ago, the *Kings County Record* introduced a new business section, and yet nine times out of ten, the *Kings County Record* does not carry any stories at all about agriculture, lumbering, trucking or mining. I do not think there has ever been one in the business section. To me, this would be equivalent to The *Ottawa Citizen* not covering Parliament Hill.

Sometimes it is easy to talk about diversity, and in many ways, the way the media empire in New Brunswick is established, there is diversity. Today, there is a reporter here from the *Telegraph-Journal* and another one from the *Moncton Times & Transcript*. They will write separately on this particular meeting and that could be called diversity. However, if there is diversity in stories that are not necessarily the most important ones, it is a meaningless exercise. That can happen. I will just give as an example one story in this province that I would love to see done properly, whether by CBC or by newspapers, but I think newspapers actually have the ability to expand it. Our prime provincial natural resource, our woodlands, is virtually in total control of the forest companies, which can be the Irvings or the Fraser companies and a variety of other companies, but the Irvings are predominant. Recently, there has even been talk of either eliminating or at least reducing the role of natural resources officers, the so-called forest rangers, and having private companies enforce the regulations. This may, in fact, be the best thing for New Brunswick, but instead of having environmentalists say, "This is terrible," and the forest

pouvoir absolu qui corrompt absolument. Les meilleures intentions du monde ne conduisent pas toujours aux meilleurs résultats. Je voudrais vous mentionner ici un tout petit exemple. Lorsque je travaillais au *Kings County Record* pendant l'automne 2002, Jamie Irving étant à l'époque mon patron, j'avais recueilli des informations sur quelque chose de relativement peu important. Une compagnie appartenant à Irving, la Bayshore Lumber, allait fermer ses portes à Sussex. Je pense qu'une vingtaine ou une trentaine d'emplois allaient disparaître. Les employés avaient été avertis. Nous le savions. Quasiment tout le monde en ville était au courant, mais pour une raison ou une autre, les responsables de la publicité chez Irving ne voulaient pas en parler. Or il se fait que Jamie Irving, je le savais, allait passer la fin de semaine avec son père, donc je lui ai demandé de confirmer la chose. Nous avions déjà deux sources d'information pour ce reportage, mais il est toujours bon d'entendre l'autre son de cloche. La confirmation est arrivée, mais accompagnée de l'ordre de ne rien publier avant une semaine. Bon, c'était une petite chose, attendre une semaine, mais cela montre bien comment l'influence exercée par les Irving hors de leur empire des médias peut influencer sur la diffusion d'une nouvelle. Nous avons donc publié l'article une semaine plus tard. J'aurais peut-être dû la publier immédiatement, mais il n'est jamais facile de passer outre aux ordres de son patron.

Il y a encore une ou deux autres choses dont je voulais vous parler avant de passer aux questions. J'ai ici un exemplaire du *Kings County Record* de cette semaine. Pour la province toute entière, mais certainement aussi dans la région de Sussex, et sans parler des priorités, les quatre industries les plus importantes sont le transport routier, le bois, l'agriculture et l'exploitation minière. Il y a environ un an, le *Kings County Record* a commencé à publier un nouveau cahier affaires et pourtant, neuf fois sur dix, il ne parle jamais d'agriculture, d'exploitation forestière, de transport routier ou d'exploitation minière. Je ne pense pas que le cahier affaires en ait jamais parlé. Pour moi, c'est comme si le *Ottawa Citizen* ne parlait pas de ce qui se passe sur la colline du Parlement.

Il est parfois facile de parler de diversité et, à bien des égards, l'empire médiatique du Nouveau-Brunswick est tel qu'il y a effectivement diversité. Il y a ici aujourd'hui un journaliste du *Telegraph-Journal* et un autre du *Times & Transcript* de Moncton. Ces deux journalistes, chacun de son côté, vont écrire un article sur cette réunion, et on pourrait facilement dire que c'est cela de la diversité. Par contre, même s'il y a diversité, s'il s'agit de reportages qui ne sont pas nécessairement les plus importants, cela ne sert à rien. Et c'est toujours possible. Je vais vous donner pour exemple quelque chose qui intéresse la province et que j'aimerais beaucoup voir adéquatement suivi par les médias, Radio-Canada ou les journaux, mais je pense que les journaux sont effectivement mieux placés pour développer l'histoire. La principale ressource naturelle de la province, ce sont les boisés, les boisés qui appartiennent en quasi totalité aux compagnies forestières, les Irving, les compagnies Fraser ainsi qu'une palette d'autres, mais surtout les Irving. Dernièrement, on a entendu parler d'une éventuelle disparition des agents des ressources naturelles, ce qu'on appelle les gardes forestiers, voire d'une diminution de leur rôle, qui verrait les compagnies privées

companies say, "This is wonderful," and a "he says/she says" story, I think that there is room for something like that to be done in depth. I do not think it is likely to happen under the present set-up.

That is about all I have to say. I do welcome your questions.

Senator Trenholme Counsell: Well, Mr. Steeves, you have used the phrase "power corrupts." Do you have strong feelings about the appropriateness of that phrase vis-à-vis the print media in New Brunswick in 2005?

Mr. Steeves: Possibly it was a poor expression to use. I think "corrupt" is certainly stronger than I meant. I guess "influence" would be a better way of describing it. In the Bayshore Lumber story, as an example, there was an influence. It was such an insignificant story that it probably does not matter that much, except that I felt that our paper, I and Mr. Irving looked silly in not having it in our newspaper, a community newspaper, when everyone on the street knew about it. The pink slips had already been handed out. "Influence" might be a better word to use.

Senator Trenholme Counsell: So are you withdrawing the word?

Mr. Steeves: I will withdraw the word.

Senator Trenholme Counsell: No, I have no right to ask you.

Mr. Steeves: I think it was Lord Acton's comment.

The Chairman: Yes, I think we understand that it was a quotation.

Senator Trenholme Counsell: I know.

The Chairman: On the other hand, in this particular context, precision is useful.

Mr. Steeves: Yes, I certainly did not mean to suggest any corruption.

Senator Trenholme Counsell: Are you still with the *Kings County Record*?

Mr. Steeves: No, I am not.

Senator Trenholme Counsell: You are one of the first people here today, with the exception of Mr. Henley, to speak to us from the point of view of the weekly papers. I am sure that even if you are not working there, you must follow that paper. Can you tell us anything about the quality of the media, because this is one of things we are looking at? Can you tell us anything about the quality of that paper now compared to five years ago, ten years

assumer l'essentiel des activités de contrôle de l'application des règlements. Peut-être en fait est-ce la meilleure solution pour le Nouveau-Brunswick, mais au lieu de parler des environnementalistes qui disent « c'est terrible » et des compagnies forestières qui disent « c'est extraordinaire » et d'avoir des articles et des reportages qui se limitent à rapporter ce qu'untel ou untel a dit, je pense qu'il serait possible de faire une étude approfondie de la chose. Mais, avec la structure actuelle des médias, je ne pense pas que cela se fasse.

Voilà peu près tout ce que j'avais à vous dire. Je serai ravi de répondre à vos questions.

Le sénateur Trenholme Counsell : Monsieur Steeves, vous avez dit que le pouvoir corrompt. Croyez-vous fermement que cette phrase s'applique au milieu de la presse écrite au Nouveau-Brunswick en 2005?

M. Steeves : Il est possible que le choix de mon expression n'ait pas été heureux. Je crois que je ne voulais pas aller jusqu'à parler de corruption. En fait, il s'agit plutôt d'influence. À titre d'exemple, pour ce qui est de l'article sur la société Bayshore Lumber, certaines personnes ont usé de leur influence. Dans ce cas, les faits étaient tout à fait anodins et revêtaient donc une importance secondaire, néanmoins, j'estime que M. Irving et moi avons eu l'air ridicule parce que cet article n'est pas paru dans notre journal, un journal communautaire, alors que tout le monde était au courant dans la région. Les avis de renvoi avaient déjà été envoyés. Il serait plus convenable de parler d'influence.

Le sénateur Trenholme Counsell : Alors vous retirez vos paroles?

M. Steeves : Je retire mes paroles.

Le sénateur Trenholme Counsell : Non, je n'ai pas le droit de vous poser cette question.

M. Steeves : Je pense que c'est Lord Acton qui a fait cette observation.

La présidente : Oui, je crois que nous comprenons que c'était une citation.

Le sénateur Trenholme Counsell : Je sais.

La présidente : Quoi qu'il en soit, il est utile de le préciser dans ce contexte-ci.

M. Steeves : Oui, je ne voulais absolument pas suggérer qu'il y avait de la corruption.

Le sénateur Trenholme Counsell : Travaillez-vous toujours pour le *Kings County Record*?

M. Steeves : Non.

Le sénateur Trenholme Counsell : Mis à part M. Henley, vous êtes l'un des premiers témoins que nous entendons aujourd'hui qui nous présente le point de vue des publications hebdomadaires. Même si vous ne travaillez plus pour ce journal, je suis certaine que vous le lisez régulièrement. Pouvez-vous nous dire quelques mots au sujet de la qualité de cet hebdomadaire, car c'est l'une des questions sur lesquelles nous nous penchons? Pouvez-vous

ago? When I say "quality," I mean how well it is serving the people of Kings County and surrounding area.

Mr. Steeves: I think that all I could offer are anecdotes, and as Mr. Henley said when he was here, I do not want to be expressing sour grapes, or is that a bad phrase to use as well?

Senator Trenholme Counsell: No.

Mr. Steeves: I left the paper for a variety of reasons, including differences with Mr. Irving, and maybe I was right, maybe I was wrong. Who knows? We will not get into that unless you wish to.

Senator Trenholme Counsell: No, no.

Mr. Steeves: I am prepared to. I think it is so easy to say, "Oh, the new editor is running different types of stories from the ones I think she should." I tended to write more political stories. The new editor tends to write more stories about the courts, the church, in many cases, because there is no question that religion is very important in my community. It is the type of situation where I do not feel comfortable saying, "I am right, she is wrong," or vice versa.

When I was there, I was never the editor. I was only a senior writer. However, whether under my leadership, or whatever you want to call it, or that of the present editor, it is a valid argument that the four predominant industries that probably are responsible for somewhere between 60 and 70 per cent of the employment in the area should be mentioned in some way, almost as a regular beat, because it is so important whether potash prices go up or down, whether lumber prices go up or down.

Senator Trenholme Counsell: Yes.

Mr. Steeves: I do not think there has been one story in the paper about the problems the dairy farmers in my area face with mad cow disease, in dealing with their culled cattle. I know that the local MLA has issued news releases and I think they have probably been printed, but I have not seen anything more on these types of matters. It does not matter who is running the paper. It is the type of item that should be included, particularly when there is a business section. It should be there.

Senator Trenholme Counsell: Thank you very much. That certainly is a good point, about the coverage, or lack thereof, of the local industries.

Senator Munson: Mr. Steeves, it has been quite a day. I think the name "Irving" was mentioned 150, 200 times, and we heard all morning comments like, "Nobody dares mess with the Irvings";

comparer la qualité actuelle de ce journal à ce qu'elle était il y a cinq ou dix ans? Quand j'emploie le mot qualité, je veux savoir dans quelle mesure l'hebdomadaire répond aux attentes et aux besoins des gens de Kings County et de sa région.

M. Steeves : Il me semble que je pourrais tout au plus vous fournir une réponse anecdotique et, comme M. Henley l'a dit pendant son témoignage, je ne veux pas faire preuve d'un dénigrement d'envieux, ou s'agit-il d'une expression également inappropriée?

Le sénateur Trenholme Counsell : Non.

M. Steeves : J'ai quitté le journal pour toute une série de raisons, y compris à cause de divergences d'opinion avec M. Irving. Ai-je eu raison ou tort de le faire? Qui sait? Je ne vais pas entrer dans les détails à moins que vous ne me le demandiez.

Le sénateur Trenholme Counsell : Non, non.

M. Steeves : Je suis prêt à le faire. Ce serait facile pour moi de dire : « Oh, le nouveau rédacteur en chef choisit des articles qui, selon moi, ne devraient pas paraître dans le journal. » J'avais tendance à écrire des articles de nature plus politique. Le nouveau rédacteur en chef privilégie davantage les chroniques judiciaires ou religieuses, fréquemment, car il ne fait aucun doute que la religion occupe une place très importante dans ma région. Dans un tel contexte, je ne me sens pas capable d'affirmer que j'ai raison et que l'autre personne a tort, ou vice versa.

Je n'ai jamais occupé le poste de rédacteur en chef du *Kings County Record*, mais seulement celui de rédacteur principal. Toutefois, qu'il s'agisse de l'époque où j'étais rédacteur principal, ou de l'époque actuelle, il est juste d'affirmer que les quatre industries prédominantes, qui fournissent probablement de 60 à 70 p. 100 de tous les emplois de la région, doivent être mentionnées d'une façon ou d'une autre, dans presque toutes les éditions du journal, car les fluctuations des prix de la potasse ou du bois d'oeuvre revêtent une importance capitale.

Le sénateur Trenholme Counsell : Oui.

M. Steeves : Je ne crois pas qu'un seul article paru dans l'hebdomadaire ait porté sur les difficultés auxquelles les producteurs laitiers de ma région sont confrontés à cause de la maladie de la vache folle et des problèmes que posent les vaches de réforme. Je sais que le député provincial qui représente cette circonscription a émis des communiqués de presse qui, me semble-t-il, ont été reproduits dans le journal. Mais je crois que les questions agricoles n'ont fait l'objet d'aucune autre mention dans le journal. Peu importe qui dirige la publication concernée. Certains faits doivent être rapportés, surtout lorsqu'il y a un cahier consacré aux affaires. Ces faits doivent en faire partie.

Le sénateur Trenholme Counsell : Merci beaucoup. Il ne fait aucun doute que vous soulevez un point intéressant, celui de la couverture, ou de l'absence de couverture des faits relatifs aux industries locales.

Le sénateur Munson : Monsieur Steeves, nous avons connu une journée tout à fait particulière. Je crois que le nom « Irving » a été mentionné 150 ou 200 fois. De plus, toute la matinée, nous avons

“Owners interfere in editorial policy” — their self-censorship — “Our weekly newspapers are being gobbled up”; and you said you had your problems. I wonder if one can get a job in this province any more.

Mr. Steeves: Since I left, I have published a book and call myself an author now.

Senator Munson: I am just wondering what we should recommend at this point. What do you think we should recommend? Are you suggesting that we go as far as recommending the end of a monopoly in this province, that it is not good for the province, not good for the people of New Brunswick? It seems to me, from what we have seen, that this province is different from the others; and I have a great deal of pride in this province. I was born and brought up here. However, I am hearing very few voices except those speaking out against this monopoly.

Mr. Steeves: To start with, were the government, the Senate or the House of Commons, to order an end to this monopoly, I do not think that things would necessarily get better. I am not in favour of government interference as a general rule. I did comment that *The New York Times* recently appointed a public editor. I listened to an interview on Sunday morning about the appointment of Daniel Okrent as the first ever public editor of *The New York Times*, a kind of ombudsman who would act as the readers' surrogate to ensure the integrity of the paper. I did outline that. I think it is a good idea in principle. Since I wrote that, of course, I decided to check *The New York Times* website, and it seems *The New York Times* has cleaned up its act since Jayson Blair, who had been fabricating and plagiarizing his stories, left, because most of Mr. Okrent's columns are headed, “Correction,” and it is a spelling mistake of M-O-N-S-E-N instead of M-U-N-S-O-N, that type of thing. However, I do like the concept of a public editor, an ombudsman, hired by the Irving press to be able to tell when stories are slanted, give opinions and be published without fear. If it is a concept that works for *The New York Times*, then it probably would be valuable here. I could see the likelihood of advertisers actually paying bonuses to publish their ads on the same page, if it were done properly.

The danger is, would this person be suspect? It is so easy to hire a paper tiger who would occasionally slap somebody on the wrist and call it criticism. I think the powers that be within the Irving press could deal with that by using an independent panel to make the hiring recommendation, possibly three or four journalism professors. “This is the best candidate to do this job without

entendu des observations similaires, comme par exemple : « Personne n'ose embêter les Irving », « Les propriétaires s'ingèrent dans la politique de rédaction », on parle ici de leur autocensure, « Nos journaux hebdomadaires sont engloutis », et vous nous avez dit que vous avez éprouvé vos propres difficultés. Je me demande s'il est possible à l'heure actuelle de se trouver un emploi dans cette province.

M. Steeves : Depuis que je suis parti, j'ai publié un livre et, désormais, je me considère comme un auteur.

Le sénateur Munson : Je me demande simplement quelle devrait être notre recommandation étant donné la situation actuelle. Que croyez-vous que nous devrions recommander? Proposez-vous que nous allions jusqu'à recommander qu'on mette fin à un monopole dans cette province, que nous affirmions que ce monopole est mauvais pour la province, contraire aux intérêts des gens du Nouveau-Brunswick? D'après ce que nous avons constaté, il me semble que cette province est différente des autres. Je suis très fier de cette province; j'y suis né et j'y ai grandi. Toutefois, mis à part les voix qui s'élèvent contre ce monopole, je n'entends presque rien.

M. Steeves : D'abord, si le gouvernement, le Sénat ou la Chambre des communes ordonnait qu'on mette un terme à ce monopole, je ne crois pas que la situation s'améliorerait automatiquement. De façon générale, je ne suis pas en faveur de l'ingérence du gouvernement. J'ai souligné le fait que le *New York Times* a récemment nommé un rédacteur chargé des normes et responsable devant le public. Dimanche matin, j'ai écouté une entrevue au sujet de la nomination de Daniel Okrent au poste de rédacteur responsable devant le public pour le *New York Times*. Ce poste est à peu près l'équivalent de celui d'un ombudsman qui agirait comme un représentant des lecteurs afin d'assurer l'intégrité du journal. J'ai mis cette nomination en relief. Je crois que c'est une bonne idée en principe. J'ai décidé de consulter le site Internet du *New York Times*, et il me semble que ce journal a assaini ses pratiques depuis le départ de Jayson Blair, qui inventait des faits et qui plagiait des articles. En effet, la plupart des éditoriaux de M. Okrent s'intitulent « Correction », et signalent des erreurs d'épellation, soulignant par exemple qu'on a écrit M-O-N-S-E-N au lieu de M-U-N-S-O-N. Néanmoins, je suis en faveur de l'idée voulant que les journaux appartenant à la famille Irving nomment un rédacteur responsable devant le public qui pourrait indiquer quels articles sont biaisés, formuler des opinions et voir ses textes publiés dans crainte de représailles. Si ce concept est bon pour le *New York Times*, il est probablement valable dans le cas dont nous discutons. Je crois que les entreprises qui veulent faire de la publicité seront probablement prêtes à payer un supplément pour que leurs annonces paraissent sur la même page, si c'est fait convenablement.

La question qui se pose est celle de savoir si cette personne éveillera des soupçons. En effet, il est facile de nommer une personne très vulnérable malgré les apparences, qui posera des gestes très timides tout en affirmant qu'il s'agit de critiques virulentes. Je crois que les personnes qui dirigent réellement les journaux du groupe Irving pourraient éviter une telle situation en

fear.” As I understand it, the person in this position at *The New York Times* can be fired, but I suspect it would cause a public uproar if that happened for the wrong reason.

I happen to have spoken to James C. Irving briefly about this because I sent him a copy of my letter to Senator Day, and he said that they have toyed with the idea of having an ombudsman. As I say, I think Mr. Irving is well-intentioned, but it is very difficult when you are running a variety of information organizations in a place where your family — your uncles, your grandfather, your father or your cousins — is running everything else. However, it is something that could be explored. The Senate could not order something like that, but it might be able to at least recommend it.

Senator Munson: I have one other question. Do freelancers have a chance to write for the Irving newspapers?

Mr. Steeves: Yes. A few years ago, I was writing a weekly column for both the *Fredericton Gleaner* and the *Moncton Times & Transcript*, and it worked out relatively well because they both paid me and I sent them the same material. However, the *Fredericton Gleaner* finally decided to drop me, so that was half of my income, and at the same time, the *Moncton Times & Transcript* dropped the column fee from \$50 to \$25; it just did not seem worthwhile, so I stopped. There are some possibilities for freelancing, but for negligible pay.

The Chairman: Was the Bayshore incident the only one of that nature or was it the kind of thing that tended to crop up often?

Mr. Steeves: No, it is the one that came to mind here. I do not like to relate any confidential comments because during the years we were together, Mr. Irving and I were actually very close at times.

The Chairman: I am not asking you to break confidences. I am just asking you, was it that once? It was more than once?

Mr. Steeves: Yes, but that is the one that comes to mind. I can think of one that goes back to 1972, and I wish I had brought the material. I do have it at home and could bring it as early as tomorrow. In 1972, when I was hired at the *Telegraph-Journal* back in the famous days of the publisher Ralph Costello, my city editor asked me to go to the Red Head area of Saint John because people were complaining that their white houses had turned brown overnight. I do not know how I could have been so green. I think that everyone expected I would get people saying, “Is this not terrible? I wonder what caused it,” and whatever. Instead, I

demandant à un groupe indépendant, constitué de trois ou quatre professeurs de journalisme, par exemple, de recommander des candidats au poste de rédacteur responsable devant le public. Ce groupe pourrait proposer des candidats qui seraient plus susceptibles d’occuper ce poste sans éprouver de crainte. D’après ce que je comprends, le rédacteur responsable devant le public du *New York Times* peut être congédié, mais j’imagine qu’il y aurait un tollé de protestations si on le congédiait pour des raisons inacceptables.

J’en ai brièvement discuté avec James C. Irving car je lui ai envoyé un exemplaire de la lettre que j’ai écrite au sénateur Day. M. Irving m’a dit qu’il avait envisagé l’idée d’engager un ombudsman. Comme je l’ai dit, j’estime que M. Irving a de bonnes intentions, mais il est dans une situation très difficile car il gère une série d’entreprises oeuvrant dans le domaine de l’information dans une région où sa famille, c’est-à-dire ses oncles, son grand-père, son père et ses cousins, gère toutes les autres entreprises. Quoi qu’il en soit, cette idée vaut la peine d’être examinée. Le Sénat ne pourrait pas imposer une telle mesure, mais pourrait au moins en faire la recommandation.

Le sénateur Munson : J’ai une autre question. Les journalistes à la pige ont-ils la possibilité de travailler pour les journaux de la famille Irving?

M. Steeves : Oui. Il y a quelques années, je rédigeais une chronique hebdomadaire pour le *Gleaner* de Fredericton et le *Times & Transcript* de Moncton. C’était une situation plutôt avantageuse car les deux journaux me payaient et je leur envoyais à tous deux le même texte. Toutefois, le *Gleaner* de Fredericton a décidé de mettre fin à mon contrat, alors j’ai perdu la moitié de mon revenu. Au même moment, le *Times & Transcript* de Moncton a décidé de réduire la rémunération pour chaque chronique de 50 \$ à 25 \$. Par conséquent, il m’a semblé que ça ne valait plus la peine de continuer, alors j’ai cessé de travailler pour ce journal. Il y a des possibilités de travail à la pige, mais la rémunération est négligeable.

La présidente : L’incident de Bayshore est-il le seul de cette nature à s’être produit? S’agit-il plutôt d’événements qui sont fréquents?

M. Steeves : Non, c’est le seul incident de ce genre auquel je puisse songer. Je n’aime pas relater les observations qui sont confidentielles parce que, dans les années où nous avons travaillé ensemble, M. Irving et moi avons eu des liens très serrés.

La présidente : Je ne vous demande pas de trahir la confiance de qui que ce soit. Je vous demande simplement si un tel incident s’est produit une seule fois ou à plusieurs reprises.

M. Steeves : Oui, mais, c’est l’incident que me vient à l’esprit. Je me souviens d’autres événements qui ont eu lieu en 1972. J’aurais aimé avoir les documents pertinents sous la main. Je les ai à la maison et je pourrais vous les apporter dès demain. En 1972, lorsque j’ai été embauché par le *Telegraph-Journal* à l’époque de Ralph Costello, un éditeur très connu, le directeur des nouvelles locales m’a demandé de mener une enquête dans le quartier Red Head de Saint John parce que les gens se plaignaient du fait que leurs maisons blanches étaient devenues brunes du jour au lendemain. Je m’étonne encore

came back with a letter signed by the Provincial Minister of the Environment at the time, Bill Cockburn, to the local MLA in which he said, and I am paraphrasing, there is no question that this was caused by a breakdown of the Irving refinery sulphur recovery plant. I wrote it, probably badly, but with that as the lead. It was taken from me by the editor of the day, I think it was Fred Hazel, given to a senior reporter who is no longer with the paper, and delayed for 24 or 48 hours. I forget which. When the story came out, great lengths had been taken to soften the comments of the Minister of the Environment, and at about paragraph 17 or 18, it said, "The minister was more emphatic in a letter to the MLA when he said...", but very few people would have read that far. I still have my original, typewritten notes and the final product as it appeared in the paper. It does happen.

The Chairman: Why do you think the *Kings County Record* does not cover the major industries? Is it because they just do not have enough reporters? I cannot see how the Irving empire would resist coverage of BSE.

Mr. Steeves: Well, in trucking, there are many independent truckers in the industry, but two of the largest companies in New Brunswick are Midland Transport and Sunbury Transport, both of which are wholly owned by the Irving interests. In lumbering, I do not think we have to exaggerate. The biggest lumber operation in Sussex is the Irving —

The Chairman: Yes, I understand that. Lots of people have explained to us the importance of the Irving empire to the economy of this province.

Mr. Steeves: Right.

The Chairman: I am just asking whether the newspaper does not have enough reporters and has made an arbitrary decision.

Mr. Steeves: I do not think it is necessarily the number of reporters.

The Chairman: No? However, you do not know for sure?

Mr. Steeves: I think that it is an interesting question. The reporters, the editors, follow what they are interested in as opposed to trying to think of what the community needs to know.

The Chairman: Nothing new about that, I am afraid. Thank you so much. It has been very interesting.

Mr. Steeves: If you would like, I could leave a copy of the paper with Mr. Heyde.

The Chairman: Yes, that would be good.

aujourd'hui de voir combien je manquais d'expérience. Je crois qu'on s'attendait à ce que je rapporte les propos des gens du quartier qui disaient : « N'est-ce pas terrible? Je me demande ce qui a causé tout cela. » Je suis plutôt revenu à mon bureau au journal avec une lettre que le ministre provincial de l'Environnement de l'époque, Bill Cockburn, avait envoyée au député provincial local et dans laquelle elle affirmait qu'il ne faisait aucun doute que ce changement de couleur avait été causé par un accident à l'usine d'acide sulfurique de la raffinerie Irving. Je l'ai écrit dans mon article, peut-être que c'était mal formulé, mais c'en était l'essentiel. Fred Hazel, qui était le rédacteur en chef, je pense, a pris mon article et l'a confié à un journaliste chevronné, qui ne travaille plus pour le journal. On a retardé de 24 ou 48 heures la parution de l'article. Je ne me souviens pas exactement du délai. Lorsque l'article a été publié, on avait pris bien soin d'atténuer les propos du ministre de l'Environnement. En outre, le paragraphe 17 ou 18 de l'article précisait que le ministre s'était exprimé plus clairement dans une lettre envoyée au député provincial, dans laquelle il avait tenu certains propos, mais la proportion de lecteurs susceptibles de lire l'article jusqu'au paragraphe 17 ou 18 était très faible. J'ai gardé mes notes dactylographiées ainsi que l'article tel qu'il a paru dans le journal. Ainsi, il arrive que de tels incidents se produisent.

La présidente : Pourquoi croyez-vous que le *Kings County Record* ne couvre pas les grandes industries? Est-ce dû au nombre insuffisant de journalistes? Je ne vois pas comment l'empire Irving pourrait éviter de consacrer des articles à la crise de l'ESB.

M. Steeves : Pour ce qui est de l'industrie du camionnage, il y a de nombreux camionneurs indépendants, mais Midland Transport et Sunbury Transport, qui appartiennent toutes deux au groupe Irving, sont parmi les plus importantes entreprises du Nouveau-Brunswick. Dans le secteur du bois d'œuvre, la situation est encore plus évidente. La plus grande usine de bois d'œuvre dans la région de Sussex est l'entreprise Irving...

La présidente : Oui, je le comprends. De nombreuses personnes nous ont expliqué l'importance que revêt l'empire Irving pour l'économie du Nouveau-Brunswick.

M. Steeves : Oui.

La présidente : Je me demande simplement si le journal manque de personnel et, par conséquent, a pris une décision arbitraire.

M. Steeves : Je ne crois pas que cela tienne nécessairement au nombre de journalistes.

La présidente : Non? Cependant, vous n'en êtes pas sûr, n'est-ce pas?

M. Steeves : Je pense que la question est intéressante. Les journalistes, les rédacteurs, suivent ce qui les intéresse plutôt que d'essayer de réfléchir à ce que la collectivité a besoin de savoir.

La présidente : Je crains que cela ne soit pas nouveau. Merci beaucoup. Votre témoignage a été très intéressant.

M. Steeves : Si vous le voulez, je peux laisser un exemplaire du document à M. Heyde.

La présidente : Oui, ce serait très bien.

Senators, I will now invite Mr. David Cadogan to come forward. He is a retired newspaper reporter and past president of the Canadian Community Newspaper Association. As I suggested earlier, there was a slip-up in our witness list, but we have him here, which is probably more important than a piece of paper with his name on it. Welcome to the committee, Mr. Cadogan.

Mr. David Cadogan, Past President, Canadian Community Newspapers Association, as an individual: Thank you, Madam Chair, honourable senators. I should explain who I am. I am a past president, honorary life member and founding member of the Atlantic Community Newspapers Association; past president, honorary life member of the Canadian Community Newspapers Association. I have an honorary doctorate of civil laws from the University of King's College and I was a community newspaper owner, publisher and editor in New Brunswick for over 30 years. I think I have half-decent credentials to comment on the newspaper business in Canada and New Brunswick.

I have been a keen observer and a participant in the business for over 50 years. I started working as a printer's devil for my father's tiny newspaper in Southwestern Ontario when I was eight. Just to put that into perspective for you, when I started, the linotype machine, which would set a line of type, was only 65 years old. There were still people around who could remember reading newspapers where every word was set one letter at a time. The headlines were still set one letter at a time when I started. Since then, the information, computation and communication technology explosions have been continual. It has been an exciting time.

To simplify the questions before you, if you perhaps try to consider the state of the media, the trends and so on, in concert with the state of society and trends in community, it might help you to determine what is going on in the newspaper business. In my lifetime, technology turned newspapers, especially community newspapers, into very profitable businesses. When I started, a little newspaper operation would sell office supplies and mainly do commercial printing. The newspaper would fill up some time each week, and somehow or other, they would struggle by. In 1974, when I bought the *Dalhousie News*, they were producing eight pages a week, and if they could not actually produce eight new ones, they would produce five and run three from the week before. Sometimes, pages ran for several weeks at a time. Things changed dramatically with photo-typesetting and, later, digital typesetting and so on.

When I came along, community newspapers did not have reporters or ad salespeople. However, as the productivity and the quality that came with technology allowed it, that started to happen. It was a great time to be young because the old-timers did

Sénateurs, nous invitons maintenant M. David Cadogan à témoigner. M. Cadogan est un journaliste à la retraite et ex-président de la Canadian Community Newspapers Association. Comme je l'ai dit tout à l'heure, il y a eu une bourde dans notre liste de témoins mais il est ici, ce qui est sans doute plus important que d'avoir son nom écrit sur un bout de papier. Bienvenue au comité, monsieur Cadogan.

M. David Cadogan, ex-président, Canadian Community Newspapers Association, à titre personnel : Merci, madame la présidente, honorables sénateurs. Je dois vous dire qui je suis. Je suis un ex-président et un membre honoraire à vie ainsi qu'un membre fondateur de la Atlantic Community Newspapers Association. Je suis un ex-président et membre honoraire à vie de la Canadian Community Newspapers Association. J'ai un doctorat honorifique de droit civil de l'Université King's College et pendant plus de 30 ans, j'ai été propriétaire, éditeur et rédacteur d'un journal communautaire au Nouveau-Brunswick. Je pense que tout cela me donne le droit de parler de la situation des journaux au Canada et au Nouveau-Brunswick.

Pendant plus de 50 ans, j'ai observé le secteur et j'y ai contribué. J'ai commencé comme apprenti dans le petit journal de mon père dans le sud-ouest de l'Ontario et j'avais alors huit ans. Pour vous donner une idée, quand j'ai débuté, la machine linotype, qui permet de composer en lignes-blocs, n'avait que 65 ans. Il y avait encore des gens vivants qui se souvenaient du temps où ils lisaient un journal dans lequel chaque mot était composé une lettre à la fois. Les titres étaient encore composés une lettre à la fois quand j'ai débuté. Depuis, les explosions technologiques dans les domaines de l'information, du calcul et de la communication se sont succédé. Nous avons vécu des années emballantes.

Pour simplifier votre démarche, il serait peut-être bon d'étudier la situation des médias, les tendances, etc., dans le contexte de la situation de la société et des tendances dans les collectivités. Cela pourrait peut-être vous permettre de déterminer ce qui se produit dans le secteur des journaux. Dans ma vie, la technologie a transformé les journaux, plus particulièrement les journaux communautaires, en entreprises très rentables. Quand j'ai commencé, un petit journal vendait également des fournitures de bureau et faisait essentiellement de l'imprimerie commerciale. La publication du journal exigeait quelques heures par semaine, et bon gré mal gré, le journal s'en tirait. En 1974, quand j'ai acheté le *Dalhousie News*, c'était un hebdomadaire de huit pages et si une semaine donnée on ne pouvait pas remplir huit pages, on en remplissait cinq et on reprenait trois pages du numéro précédent. Parfois, les mêmes pages étaient reproduites plusieurs semaines d'affilée. Les choses ont changé de façon spectaculaire avec l'arrivée de la photocomposition et par la suite, celle de la composition numérique, etc.

Quand je suis arrivé dans le métier, les journaux communautaires n'embauchaient pas de journalistes ou de responsables de la publicité. Toutefois, la productivité et la qualité amenées par la technologie ont permis de modifier cela.

not want to learn and so I was able to buy. I did own the *Kings County Record*, as a matter of fact. That was one of the papers I owned.

At the same time, community itself underwent tremendous change. Chains and franchise and co-op retail groups like Pharmasave drugstores, for example, grew and replaced local owners. Governments enlarged and centralized regions of services, like medical care, education and policing. These developments changed the traditional community market and audience, and in publishing, you always have to match an audience to a market. Large regional retailers must, can and do draw customers from ever-larger areas. Local school boards that dealt with local issues and local schools are now part of huge regional or provincial systems, with little local interaction. This means that newspapers are faced with new challenges in matching their audiences to markets. People in the community used to know each other, know their hospital and school board members, be their hospital and school board members, and shop at the same stores. Now, some suburban people barely know what community they live in and may well not know where city hall is.

As that trend continues, matching an audience with the market becomes more challenging. Community newspapers have had increasing difficulty defining the common interests of larger markets and maintaining circulation, penetration and percentages. During my lifetime, community newspapers have done a far better job of that than any other medium. We had the monopoly on local news. At the time that the daily newspapers were losing their domination in the field of international and national news to television and so on, there was one monopoly left, and that was the local news. However, if the community is gone, the monopoly is gone.

Daily newspapers are having to learn to be community newspapers, as there are so many more sources of national and international news. You will see that on the Internet. The biggest daily papers' lead stories on their Internet versions are local stories.

Young people both marry and have children later. That delays the point at which they have a serious stake in their communities and begin to pay attention to local issues. Young people are also less and less willing to pay for news, to wait for the paper to arrive or to dispose of the carcass. They do not want to have the newspaper lying around the house. They have a responsibility for it then, and perhaps they feel some responsibility for the tree.

It is also difficult for an individual newspaper, or even a small group, to find the opportunity to present its case to a national or regional advertiser. To give you a simple example of that, I live in

C'était une merveilleuse époque pour être jeune parce que les anciens ne voulaient pas apprendre les nouvelles méthodes et c'est ce qui m'a permis d'acheter mon journal. Soit dit en passant, j'ai été propriétaire du *Kings County Record*. C'était un des journaux que je possédais.

En même temps, il y a eu des bouleversements dans la collectivité. Par exemple, les chaînes, les franchises et les coopératives de détail comme les pharmacies Pharmasave se sont multipliées et ont remplacé les marchands locaux. Les gouvernements ont pris de l'ampleur et ont centralisé des catégories de services comme les soins de santé, l'éducation, les services d'ordre. Cette évolution a modifié le marché et le public traditionnels dans la collectivité, et il faut toujours apparier le public à un marché dans le domaine de la publication. Les gros détaillants régionaux doivent ratisser de plus en plus large pour aller chercher leurs clients; ils peuvent le faire et le font. Les conseils scolaires locaux qui autrefois s'occupaient des dossiers et des écoles de la localité font désormais partie de vastes réseaux régionaux ou provinciaux, et l'interaction locale est minime. Il en résulte que les journaux doivent relever de nouveaux défis pour apparier les publics et les marchés. Autrefois, les gens se connaissaient les uns les autres, connaissaient les membres du conseil d'administration de leur hôpital ou de leur conseil scolaire, car c'était eux-mêmes, et ils faisaient leurs achats dans les mêmes commerces. Aujourd'hui, il y a des banlieusards qui savent à peine dans quelle collectivité ils habitent et ne savent peut-être pas où se trouve l'hôtel de ville.

Au fur et à mesure que cette tendance se poursuit, apparier un public et un marché devient plus difficile. Les journaux communautaires ont de plus en plus de mal à définir les intérêts communs de grands marchés et à maintenir circulation, pénétration et pourcentage. Pendant ma vie, les journaux communautaires ont obtenu de bien meilleurs résultats que n'importe quel autre support. Nous avions le monopole des informations locales. Au moment où les quotidiens perdaient leur emprise dans le domaine des informations nationales et internationales, au profit de la télévision, il restait un monopole et c'était les informations locales. Toutefois, avec la disparition de la collectivité, le monopole disparaît.

Les quotidiens doivent apprendre à devenir des journaux communautaires, car bien d'autres sources d'informations nationales et internationales leur font concurrence. On constate ça sur Internet. La version Internet des plus gros quotidiens est constituée d'informations locales.

Les jeunes gens se marient et attendent avant d'avoir des enfants. Cela retarde le moment où ils commencent à s'intéresser aux affaires de la collectivité et aux enjeux locaux. Les jeunes gens sont de moins en moins prêts à payer pour l'information qu'ils obtiennent, à attendre que le journal arrive ou à se soucier de se débarrasser des vieux journaux. Ils ne veulent pas de journaux chez eux. Cela signifierait qu'ils en sont responsables, et peut-être se soucient-ils des arbres que représentent les journaux.

Il est aussi difficile pour un journal indépendant, ou même un petit groupe, de trouver des clients chez les publicitaires nationaux ou régionaux. Je vais vous donner un exemple. Je vis dans la

the Miramichi and it is an easy overnight railroad trip to and from Montreal. Via has a special story to tell there because you can get on the train at supertime and have supper, have a couple of drinks, go to bed, get up and you are in Montreal; and vice versa coming home. However, Via cannot talk about a program just for my flagship paper, the *Miramichi Leader*. They do not have time to talk about that one paper. Therefore, chains can work with chains, but the result is a tendency toward generic news and entertainment. We are all familiar with how television and radio have evolved and devolved into networks that run the same shows, music, and much of the same news.

I was an independent owner and sold to the Irvings. There were several issues determining when and to whom I sold. One was my age, although I would have been very happy to continue for several years more. Another was the fact that newspapers have high market value compared to their assets. They are more valuable to buyers with large pools of capital and potential for synergy. It would be almost impossible for an editor or ad manager to make a competitive offer. There is not much traditional collateral available for the business being purchased. It is not as if you are buying a building and can get a 75 per cent mortgage. There is, in a newspaper, a little typesetting equipment and a little software that is depreciating at a tremendous rate of noughts, and so a bank does not want to lend you much money. My children were not interested in the business side, and even if they had been, I would not have wanted to saddle them with the new realities of the marketplace. It is also very important to sell while there is still more than one buyer interested. At the time I sold, the number of groups was shrinking rapidly. I had been approached several times to sell. In other time and places, conglomerates have been known to ask three times. If one declines the third time, they come anyway. One of these large organizations starting a newspaper in your community does not have to kill you. All they have to do is take the cream. That ruins the value of your business and deters another conglomerate from buying into a fight. In business, no one really wants a fair fight. Everyone wants the high ground and the best weapons.

I did feel somewhat forced to deal. I do not think there is anything unique about that in any business. I consider myself very fortunate to have had a business that was cheaper, financially and politically, to buy than simply to crush. Again, in society and communities generally, we have all seen local department stores, clothing stores, drugstores and restaurants driven out of business by national and international chains. Why should it be any different for newspapers?

The chains, franchise groups and co-op groups in other businesses, department stores and so on, began to produce their own flyers instead of advertising in the papers. At first, they distributed the flyers in the newspapers, and I should point out to

vallée de la Miramichi et aller à Montréal et en revenir est affaire d'une nuit de train. Via pourrait faire une publicité intéressante à cet égard car on peut monter dans le train à l'heure du souper, manger à bord, prendre quelques verres, aller se coucher, et se réveiller à Montréal. Même chose pour le retour. Toutefois, Via ne va pas faire une publicité uniquement pour mon journal étendard, le *Miramichi Leader*. Via ne va pas s'embarasser d'un seul journal. Par conséquent, les chaînes veulent travailler avec d'autres chaînes et il en résulte une tendance au divertissement et à l'information génériques. Nous savons tous comment la télévision et la radio se sont organisées en réseaux qui offrent les mêmes spectacles, la même musique, et pour l'essentiel, les mêmes informations.

J'étais propriétaire indépendant et j'ai vendu mon entreprise aux Irving. Bien des facteurs sont intervenus pour déterminer quand et à qui j'ai vendu. Tout d'abord mon âge, même si j'aurais été ravi de continuer encore plusieurs années. Ensuite, les journaux ont une valeur marchande élevée par rapport à leurs actifs. Ils sont plus précieux pour des acheteurs qui ont de grosses immobilisations et un potentiel synergetique. Un rédacteur ou un responsable de la publicité aurait bien du mal à faire une offre concurrentielle. En effet, il n'y a pas beaucoup de garanties possibles dans l'entreprise. Acheter un journal ce n'est pas comme acheter un immeuble pour lequel vous pouvez obtenir un prêt hypothécaire correspondant à 75 p. 100 du prix. Dans un journal, il y a un peu d'équipement de composition et un peu de logiciels qui se déprécient au galop de sorte que les banques refusent de prêter beaucoup d'argent. Mes enfants n'étaient pas intéressés dans le côté commercial, et même s'ils l'avaient été, je n'aurais pas voulu leur imposer de faire face aux nouvelles réalités du marché. Il est également capital de vendre quand plus d'un acheteur est intéressé. Au moment où j'ai vendu, le nombre de groupes diminuait rapidement. On m'avait pressenti à plusieurs reprises. Dans d'autres secteurs, les conglomerats ont l'habitude de frapper trois fois. Après le troisième refus, ils reviennent à la charge de toute façon. Une de ces grandes organisations qui lancerait un journal dans une collectivité n'écrase pas nécessairement un petit journal. Il lui suffit de recueillir la crème. Cela fait diminuer la valeur du petit journal et dissuade les autres conglomerats d'entrer dans la lutte. En affaires, personne ne souhaite une lutte équitale. Tout le monde veut le haut du pavé et les meilleures armes.

Je me suis senti un peu obligé de négocier. Je ne pense pas que ma situation était tellement spécifique au secteur car je crois que c'est le cas pour toute entreprise. Je m'estime très heureux d'avoir été propriétaire d'une entreprise qui coûtait moins cher, financièrement et politiquement, à acheter qu'à évincer. Je le répète, de façon générale dans la société et dans les collectivités, nous avons tous été témoins du remplacement des grands magasins locaux, des boutiques de vêtements, des pharmacies et des restaurants par des chaînes nationales et internationales. Pourquoi en serait-il autrement dans le cas des journaux?

Les chaînes, les franchises et les coopératives dans d'autres secteurs, les grands magasins, etc., ont commencé à produire leurs propres encarts plutôt que de faire passer des publicités dans les journaux. Au départ, les encarts accompagnaient le journal, mais

you that from the point of view of those national chains, grocery stores and so on, those flyers are a money-making proposition. They charge manufacturers to have their products featured in those flyers and in the stores, and the flyer itself becomes a profit centre. Later, Canada Post got aggressively into the flyer-distribution business and priced newspapers out of the market. They were definitely practising predatory pricing.

More recently, when Canada Post was forced out of deep-discount pricing on flyer distribution, what had become one effective Crown corporation monopoly was replaced by what are virtually regional private sector monopolies. Most of these regional flyer distribution monopolies are owned and operated by the biggest printers and publishers.

Technology also contributed to the ability and the requirement, on the part of the public, to print/process full-colour pictures and advertisements. However, colour printing requires four times as many press units as black printing. The press does not know to put a little red here, put a little yellow there. It knows, put black here, put the primary colour yellow here, primary colour red, primary colour blue. Variations of them produce colour pictures. That, along with electronic information transfer — in other words, I can email all of the pages in my newspaper and you can print them wherever you are — led to much larger regional presses printing many different publications and flyers. Large printing facilities joined newspaper and flyer distribution in the concentration, so we are starting to get a vertical supply control chain.

Unfortunately, this worked strongly against niche publications. Short-run, small-page-count publications are not efficient on huge presses. It is like trying to use a highway construction earth mover to dig a flower bed.

Concentration of media is worrisome, especially in areas like New Brunswick and the Maritimes, where one family, the Irvings, controls so much of the basic industry and commerce. To be fair, before media concentration, there were some very good newspapers and some very bad newspapers. Personally, I very much miss the role and value of being able to use ownership of the local newspaper to be the community's champion. To be fair, others could as easily view that as me being a meddling publisher. As A.J. Liebling famously said, "Freedom of the press belongs to the man who owns one." And I did.

In New Brunswick now, if you do not work for the Irvings, you have little opportunity in the print media. In Miramichi, when I owned the papers, if you did not work for me, you had little opportunity in the print media. In New Brunswick, the Irving media have obviously had more access to advertising from other Irving family businesses than I did. When I owned the papers, my Internet community mall site had privileged use of the resources of and access to the newspaper. The Irving media have been and

je dois ajouter que ces chaînes nationales réalisent des bénéfices grâce à ces encarts. Elles facturent les fabricants pour la publicité donnée à leurs produits dans ces encarts et dans le magasin, et l'encart lui-même devient un objet rentable. Plus tard, la Société canadienne des postes s'est lancée intensément dans la distribution d'encarts et elle a supplanté les journaux sur le marché. Cette société d'État s'adonnait nettement à des pratiques d'éviction.

Plus récemment, quand on a forcé la Société canadienne des postes à abandonner la distribution d'encarts à des prix très escomptés, ce qui avait été jusqu'alors un monopole lucratif pour la société d'État a été remplacé par des monopoles régionaux du secteur privé. La plupart de ces distributeurs régionaux d'encarts sont des monopoles propriétés de grands imprimeurs/éditeurs qui les exploitent.

La technologie a également offert la possibilité d'imprimer et de développer des publicités et des images en couleur, ce qui correspond aux attentes du public. Toutefois, l'impression en couleur exige quatre fois plus de presses que l'impression en noir et blanc. La presse ne sait pas qu'il faut ajouter un peu de rouge ou un peu de jaune ça et là. La presse sait où mettre de l'encre noire et où mettre les couleurs primaires, jaune, rouge, bleu. Quand on les mélange, on obtient une image en couleur. Ce phénomène, auquel s'ajoute la transmission de renseignements électronique — en d'autres termes, je peux envoyer par courriel toutes les pages de mon journal pour que vous puissiez les imprimer — a abouti à de plus grosses imprimeries régionales qui impriment nombre de publications et d'encarts publicitaires. Les grandes imprimeries se sont jointes aux journaux et aux distributeurs d'encarts publicitaires pour accentuer la concentration, de sorte que nous assistons désormais à une chaîne verticale de contrôle de l'offre.

Malheureusement, cela a beaucoup nui aux petites publications. Les petits tirages, les publications peu étoffées ne sont pas efficaces sur les grosses presses. C'est un peu comme si on essayait de se servir d'une grue pour creuser une plate-bande.

La concentration des médias est inquiétante surtout dans des régions comme le Nouveau-Brunswick et les Maritimes, où une famille, les Irving, contrôle une telle quantité de secteurs industriels et commerciaux. Il faut dire cependant qu'avant la concentration des médias, il y avait de très bons journaux et de très mauvais journaux. Personnellement, je regrette infiniment de ne plus pouvoir utiliser le fait que je suis propriétaire d'un journal local pour défendre les intérêts de la collectivité. J'ajoute que d'aucuns diront d'emblée que j'étais un éditeur qui fourrait son nez partout. Comme A. J. Liebling l'a dit : « La liberté de la presse appartient à celui qui en possède une. » C'était mon cas.

Au Nouveau-Brunswick actuellement, à moins de travailler pour les Irving, il y a peu de débouchés dans la presse écrite. Dans la vallée de la Miramichi, quand j'étais propriétaire de journaux, si vous ne travailliez pas pour moi, vous aviez peu de débouchés dans la presse écrite. Au Nouveau-Brunswick, les médias Irving ont manifestement plus de chance d'obtenir des contrats publicitaires de la part des autres entreprises familiales que moi j'en avais. Quand j'étais propriétaire de journaux, je réservais une

will be brutal competition for anyone who goes after the same advertising dollars. When I owned the local papers, I competed as hard as I could to preserve my dominance in the local market. I did have a policy that my newspapers paid the same for printing as any other customer, and I did print competitors. I did everything I could to make sure that there was no unfilled product need or advertising opportunity lying around. We did not want advertising dollars lying around for somebody else to mop up.

In considering Irving domination of the New Brunswick market, you were still only talking about some 750,000 people. If one family dominated the media and industry in one city of that size, would it attract any attention?

Concentration of media is not in and of itself necessarily bad. Chains can be dedicated to editorial excellence. David Black's Caribou Press papers in British Columbia are consistent national and international award winners for their efforts, as are many other chains. However, it appears to me that the drive to productivity, growth and profit may well be killing the golden goose. Is it just me, or does it seem the more MBAs there are, the more corporations squeeze profitability to the edge of possibility and legality — and beyond? Am I the only one that sees or thinks that?

Must the pressure for revenue and profit growth only find its limits by exceeding them? To give you an idea of that, local news is more expensive to produce. Local columns cost more than syndicated columns. One-time news costs more than generic news, and you will find in all of the papers that the more the MBAs have control of it, the more what we call "canned news" or used to call "boilerplate" takes up space.

The evidence is that audiences are, more and more, being pandered to and polarized by popular media that are increasingly cheap, base entertainment and less and less informed, reasoned debate. We have not gone nearly as far in that regard as in the United States, but you can certainly see it beginning. When you think of it, even the presence of Don Cherry on National Hockey League broadcasts is more for entertainment than real information. If you remember when Howie Meeker used to talk about hockey, it was informed, reasoned instruction, not just "worldwide wrestling" entertainment.

This is especially unfortunate because it leads to a decline in civic literacy and citizen participation in democracy, as Professor Henry Milner has demonstrated. Just as daily polling has often had a deleterious effect on the sincerity of political campaign messages. When people wonder why this public does not respond as well to politics as it used to, I think it is because the public knows full well that politicians are not saying what they think. They are saying what last night's polls told them we want to hear.

utilisation privilégiée des ressources et de l'accès à mes journaux à mon site Internet communautaire. Les médias Irving ont été et seront des concurrents féroces pour quiconque cherche à obtenir les mêmes contrats publicitaires qu'eux. Quand j'étais propriétaire de journaux locaux, je livrais une concurrence féroce pour préserver ma domination du marché local. J'avais pour politique de faire payer à mes journaux les mêmes tarifs d'impression qu'aux autres clients, et j'ai imprimé pour des concurrents. Je faisais de mon mieux pour garantir qu'il n'y avait pas de sous-utilisation ou de débouchés de publicité qui restaient sans preneur. Nous ne voulions pas perdre des contrats de publicité qui auraient été donnés à d'autres.

Le marché où Irving est dominant au Nouveau-Brunswick ne représente que 750 000 personnes. Si une famille dominait les médias et l'industrie dans une ville de cette taille, est-ce qu'on s'y arrêterait?

La concentration des médias n'est pas nécessairement mauvaise en soi. Les chaînes peuvent rechercher l'excellence pour leurs éditoriaux. Les journaux de Caribou Press de David Black en Colombie-Britannique reçoivent sans cesse des prix nationaux et internationaux pour leurs efforts, et c'est le cas également d'autres chaînes. Toutefois, il me semble que la recherche de la productivité, de la croissance et des bénéfices pourrait aboutir à tuer la poule aux œufs d'or. Je ne sais pas s'il n'y a que moi qui pense ainsi mais il semble que plus il y a de diplômés en administration des affaires, plus les sociétés poussent la rentabilité au seuil de ses possibilités et aux limites de la légalité — et au-delà. Suis-je le seul à constater ou à penser cela?

Faut-il absolument que la pression pour l'augmentation des revenus et des bénéfices ne s'arrête qu'une fois qu'ils ont été dépassés? Voici un exemple : les informations locales coûtent plus cher à produire. Une chronique locale coûte plus cher qu'une chronique souscrite. Les informations ponctuelles coûtent plus cher que les informations génériques et on constate que plus les journaux sont contrôlés par des diplômés en administration des affaires, plus on y lit des informations préenregistrées, ce que l'on appelait autrefois des informations passe-partout.

On constate que les publics sont de plus en plus attirés, polarisés par les médias populaires qui offrent un divertissement à bon marché et de moins en moins de débats soutenus et éclairés. Nous n'en sommes pas encore au même point que les Américains à cet égard, mais il est facile de voir que c'est déjà bien engagé. Quand on y réfléchit, la présence de Don Cherry lors de la retransmission des matchs de hockey de la Ligue nationale vise plus le divertissement que la véritable information. Rappelez-vous quand c'était Howie Meeker qui parlait de hockey, nous recevions une information raisonnée, pas seulement un divertissement.

C'est très déplorable car cela a abouti à un déclin de la culture civique et de la participation des citoyens à la démocratie, comme le professeur Henry Milner l'a démontré. Les sondages quotidiens ont souvent eu un effet néfaste sur la sincérité des messages entendus pendant les campagnes politiques. Quand on se demande pourquoi les électeurs d'aujourd'hui sont moins intéressés à la politique qu'autrefois, je pense qu'il faut comprendre que le public sait très bien que les politiciens ne

Therefore, ratings drive media to the lowest common denominator. When people are pursuing only ratings numbers, they start aiming for a lower form of entertainment, because a fight will attract attention. Print media measurements are getting better, so I think we can expect the same pressure on editors that television producers in the entertainment field have faced for years. Fox News, here we come.

I do not see much future for independents in newspaper publishing. It might have been possible if they had been able to get together in a cooperative management venture years ago, as the Pharmasave drugstore owners did. Community publishers, however, tended to be fiercely independent. They are about as likely as cats to travel in a pack. It looks as though the same conglomerates that control the print and electronic media will probably control the Internet and World Wide Web media. That seems to be how it is shaking down. They do not have to have the best idea. All they have to do is wait to see who does and then either copy it or buy it.

It certainly does not seem fair to try to stop or reverse or interfere with the networking of newspapers when television and radio have been doing that for years. How many community radio stations are there left in the country doing local news and entertainment, featuring local performers and so on? Why should and how could newspapers be the only advertising media not networked?

In conclusion, over the past 50 years, the media, except when temporarily stalled by government regulation or concern, have mirrored changes in community and business nationally and internationally. To subject the media to special rules regarding concentration without subjecting all other businesses to the same rules would be counterproductive and destructive. While I am not cheered by the present trend toward treating news as an "infotainment" commodity, I firmly believe that government assistance of any kind would not be a solution. I could write a book about the ways it could, would and has been used, abused and counterproductive. I will give you one example. Federal and provincial governments provided \$6 million to a French language daily, *Le Matin*, which politicians and bureaucrats thought would be the solution to the demise of *L'Évangéline*. The unsubsidized, little *l'Acadie Nouvelle* matched its market to its audience and demolished its heavily subsidized competitor, as real newspapers knew it would. The provincial government's decision to give *Le Matin* the money was, incidentally, passed by the legislature unanimously, so they unanimously decided to do the wrong thing.

disent pas ce qu'ils pensent. Ils disent, en se fondant sur les sondages de la veille, ce que nous voulons entendre. Par conséquent, les médias au nom de la popularité se contentent du dénominateur commun le plus bas. Quand les gens s'adonnent à des concours de popularité, ils choisissent la forme de divertissement la moins élevée parce qu'une bagarre attire toujours l'attention. Les mesures pour la presse écrite sont de plus en plus fiables si bien que l'on peut s'attendre à ce que les rédacteurs subissent le même genre de pression que les producteurs de télévision subissent dans le domaine du divertissement depuis des années. Fox News, gare!

Je ne pense pas qu'il y ait beaucoup d'avenir pour les éditeurs de journaux indépendants. Cela aurait peut-être pu être si les indépendants avaient choisis une gestion coopérative il y a des années, comme l'ont fait les propriétaires de Pharmasave. Les éditeurs communautaires toutefois avaient tendance à être farouchement indépendants. Ils préfèrent faire cavalier seul. Il semble que les mêmes conglomerats qui contrôlent les médias électroniques et imprimés vont sans doute contrôler Internet et la Toile. Il semble que ce soit le destin. Ils n'ont pas besoin d'avoir une idée lumineuse. Il leur suffit de voir où sont les joueurs, copier ou acheter ensuite.

Assurément, il semble injuste d'essayer de stopper ou de contrer le réseautage des journaux quand on sait que la télévision et la radio le font depuis des années. Combien reste-t-il de stations de radio communautaires au pays qui offrent divertissement et informations locales avec des artistes locaux? Pourquoi et comment veut-on que les journaux soient les seuls médias publicitaires à ne pas se constituer en réseau?

En conclusion, depuis 50 ans, les médias, sauf quand des iniquités ou une réglementation gouvernementale les en empêchaient temporairement, ont été le reflet des changements dans la collectivité et dans la façon de faire des affaires à l'échelle nationale et internationale. Obliger les médias à se soumettre à des règles spéciales en ce qui concerne la concentration sans obliger les autres entreprises à se conformer aux mêmes règles serait destructeur et contre-productif. Même si je ne suis pas ravi de la tendance actuelle qui veut que l'information soit désormais une forme de divertissement, je suis fermement convaincu que l'intervention du gouvernement n'est pas une solution. Je pourrais écrire un livre sur la façon dont l'intervention gouvernementale pourrait être utilisée, et a été utilisée à mauvais escient et de façon contre-productive. Je vais vous donner un exemple. Les gouvernements fédéral et provincial ont donné six millions de dollars à un quotidien de langue française, *Le Matin*, parce que les politiciens et les bureaucrates pensaient que ce serait la solution à la suite de la disparition de *l'Évangéline*. *L'Acadie Nouvelle*, non subventionnée, a apparié son marché et son public et a démoli son concurrent très subventionné, comme c'est la mission d'un véritable journal. La décision du gouvernement provincial de verser une subvention au journal *Le Matin* avait été prise à l'unanimité par l'Assemblée législative, de sorte qu'elle avait décidé à l'unanimité de prendre une mesure néfaste.

I can only speak with any knowledge about the media. However, I think the same principles of fair play can and should be applied to all commerce. One of those is access. Elements of many industries are interdependent. Industry concentration should not be able to block competition by blocking access to necessary elements. If media conglomerates, for example, will have virtual and practical monopolies on printing and distribution, it is essential that competitors have equal access to and equal costs for the use of those services. I think that is understood in the telecommunications business, and I think it should be so understood in the business of flyer distribution and printing. If a publishing firm owns the only local flyer distribution network, a competing publisher ought to have equal access to that network, at equal prices, for his free product.

As community Internet portals come to be dominated by the conglomerates, competitors should perhaps be assured the right to buy links from those too. Predatory pricing, used temporarily to starve out a small competitor, ought to be illegal and enforced in every industry, not just the publishing industry. I think it is in the United States. You hear of the *Wonder Bread* decision. That was, I think, a common practice of that company and they were convicted for it. I think we should have similar protections here in Canada.

As far as the national interest is concerned, to ensure that there is at least one medium with a mandate to concentrate first on the interests of the citizens, I think it is increasingly important that the Government of Canada properly finance the CBC. It must be able to fill the gaps left as ever-hungrier private media drive for cheaper, more titillating "infotainment" or the interests of the corporate culture of which they are part. Incidentally, I hope the CBC will wait for its audience to mature to it, even if that takes a bit longer than it has in the past. Haring after the same audience as the private media is counterproductive. The CBC should aim at and cultivate an interest level, not an age group.

I think it is also increasingly important that political campaign financing be more and more publicly provided so that members of parliament are beholden to the electors rather than corporations or unions. That may seem a strange and irrelevant comment, but as media and other corporations continue to grow, media access and citizen participation in democracy are more and more a common cause.

Finally, I believe we must allow the media conglomerates to pursue their course. If they do go wrong, someone will find a way to serve the audience they lose. The media were not always hugely profitable. They have been, at times, the tools of churches, unions and political parties. They have, at different times, been primarily supported by circulation revenue, display advertising and classified advertising, or even organization dues. Frankly, it is

Je ne peux parler en connaissance de cause que des médias. Toutefois, je pense que les mêmes principes de fair-play peuvent et doivent s'appliquer à tout le commerce. L'un d'entre eux est l'accès. Dans bien des secteurs, il y a des éléments qui sont interdépendants. La concentration d'un secteur ne devrait pas stopper la concurrence en bloquant l'accès à des éléments nécessaires. Si les conglomerats médiatiques par exemple bénéficient de quasi-monopoles sur l'impression et la distribution, il est essentiel que les concurrents aient un accès égal à ces services à des coûts égaux. Je pense que cela est compris dans le secteur des télécommunications et je pense que cela devrait également être compris dans la distribution et l'impression d'encarts publicitaires. Si une entreprise possède le seul réseau local de distribution d'encarts, un éditeur concurrent devrait avoir un accès égal à ce réseau, à des prix égaux pour le produit qu'il offre.

De plus en plus, les portails Internet sont sous la domination des conglomerats, et les concurrents devraient peut-être avoir la garantie du droit de leur acheter des liens. Les prix d'éviction, auxquels on a recours temporairement pour se débarrasser d'un petit concurrent, devraient être illégaux et interdits dans tous les secteurs, non seulement dans l'édition. Je pense qu'ils le sont aux États-Unis. On entend parler de la décision *Wonder Bread*. Cette société s'adonnait couramment à ce genre de pratique et elle a été déclarée coupable. Il nous faudrait des protections semblables ici au Canada.

Au nom de l'intérêt national, pour garantir qu'il y ait au moins un média dont le mandat est de s'occuper avant tout des intérêts des citoyens, il est de plus en plus important que le gouvernement du Canada finance adéquatement la Société Radio-Canada. Cette société doit être en mesure de combler les vides laissés par les médias privés qui s'orientent de plus en plus vers l'information divertissante, affriolante, à bon marché ou qui protègent les intérêts de la culture organisationnelle dont ils font partie. Soit dit en passant, j'espère que la Société Radio-Canada va attendre le temps qu'il faut pour que son public atteigne la maturité nécessaire, même s'il faudra un peu plus de temps que par le passé. Tenter d'attirer le même public que les médias privés est contre-productif. La Société Radio-Canada doit viser un niveau d'intérêt et le maintenir, et non pas viser un groupe d'âge.

Je pense qu'il est également de plus en plus important que le financement des campagnes politiques soit fait de plus en plus à même des deniers publics pour que les députés deviennent comptables aux électeurs plutôt qu'aux entreprises ou aux syndicats. Cela peut vous sembler une remarque non pertinente et cocasse, mais au fur et à mesure que les médias et autres sociétés continuent de prendre de l'expansion, l'accès aux médias et la participation des citoyens à la démocratie se fondent en une cause commune.

En terminant, je pense qu'il faut permettre aux conglomerats médiatiques de poursuivre leur chemin. S'ils cafoouillent, quelqu'un va trouver une façon de récupérer les publics qu'ils perdent. Les médias n'ont pas toujours été extrêmement rentables. Il est arrivé qu'ils soient les instruments des églises, des syndicats et des partis politiques. Il est arrivé qu'ils doivent compter essentiellement sur les revenus de leur tirage, de leur publicité et

hard to imagine the Government of Canada mustering the power or the appetite to tackle the famous fortunes that control the Canadian media. Most of them are thoroughly embedded in the political parties and probably quite capable of fending off any threat to their use of the tools of power to dominate their markets. Good luck and thank you.

The Chairman: Your presentation was so interesting that I let you go on longer than usual.

Mr. Cadogan: Yes, I understood that. I gave myself the benefit for having been left off the list.

The Chairman: You did indeed.

Senator Trenholme Counsell: Mr. Cadogan, I have been to the Miramichi many times and you remain a legend there; maybe not as much in the public eye as you were, but in the public heart.

Mr. Cadogan: Oh, you are quite the legend yourself, senator.

Senator Trenholme Counsell: Thank you very much. I think you gave us probably the best business case we have heard during these hearings on the media today, particularly as it applies, of course, to a smaller province with a population, as you pointed out, that could be a small city. Having given that business case so clearly and so thoroughly, and since we are addressing concentration of the media, in a province of only 750,000 people, one-third of whom are francophone, how do you rate the diversity of newspapers in New Brunswick? When I say "the diversity," I am not talking about ownership, but about the diversity of all of the small papers we have plus three English-language dailies. Are we well served in terms of the availability of printed news media or not?

Mr. Cadogan: First, I should say that every individual will have a different view of how the news should be managed. Believe it or not, at one time, I signed Jamie Irving's paycheques, because I owned the *Kings County Record* when he first came to work there, and I know that we have a slightly different approach. He says that every newspaper should have four sections, one of which is business, one of which is sports, one of which is general news and so on. I have a slightly different view of how it should be done, but anyone would. No two people will have the same view. I do think that we have lots of different publications, but frankly, I would have to say that, not just in New Brunswick, but all over Canada — and bearing in mind that I was president of the Canadian Community Newspapers Association and, as an honorary life member, am still keeping on top of it — the business is being driven by the potential ad dollars, not the interests of the readers. What do you think these free subway papers are about? Are they about the great interests and deep issues of the local community? They are a chance to mop up some advertising dollars. I do not see anything wrong with going after advertising dollars. They fed me and my children our entire lives. However, what I do see is that these MBAs have an entirely

des petites annonces ou même des droits d'appartenance à une organisation. Franchement, il est difficile d'imaginer que le gouvernement du Canada aurait le pouvoir et la volonté qu'il faut pour s'attaquer aux grosses fortunes qui contrôlent les médias canadiens. Pour la plupart, elles sont intimement liées aux partis politiques et sans doute tout à fait capables de contrer toute tentative de les priver des instruments de pouvoir dont elles se servent pour dominer leurs marchés. Bonne chance et merci.

La présidente : Votre exposé était si intéressant que je vous ai donné un peu plus de temps que prévu.

M. Cadogan : Je sais. Je me suis rattrapé car on avait omis de mettre mon nom sur la liste.

La présidente : En effet.

Le sénateur Trenholme Counsell : Monsieur Cadogan, je suis allée dans la vallée de la Miramichi à plusieurs reprises et vous continuez d'être une légende là-bas. Vous n'êtes peut-être pas aussi en vue actuellement, mais vous restez dans le cœur du public.

M. Cadogan : Sénateur, vous êtes vous-même toute une légende.

Le sénateur Trenholme Counsell : Merci beaucoup. Je pense que vous nous avez exposé les meilleurs arguments commerciaux que nous avons entendus jusqu'à présent, surtout dans le cas d'espèce que représente une petite province dont la population, comme vous l'avez dit, pourrait être celle d'une petite ville. Étant donné que vous avez exposé vos arguments si clairement et si méticuleusement, et puisqu'il s'agit ici de concentration des médias dans une province de 750 000 habitants, dont un tiers sont francophones, je vous demande quelle note vous accordez à la diversité des journaux au Nouveau-Brunswick? Quand je parle de diversité, je ne parle pas de la propriété, mais je parle de la quantité de petits journaux qui y sont publiés en plus des trois quotidiens de langue anglaise. Sommes-nous bien servis sur le plan de l'information écrite ou non?

M. Cadogan : Tout d'abord, il faut dire que chacun a sa petite idée sur la façon dont l'information devrait être gérée. Croyez-le ou non, il fut un temps où je signais les chèques de paie de Jamie Irving car j'étais propriétaire du *Kings County Record* où il travaillait. Je sais que lui et moi avons chacun un point de vue un peu différent. Il prétend que chaque journal doit avoir quatre sections, une pour les affaires, une pour les sports, une pour les informations générales, etc. J'ai un point de vue un peu différent là-dessus et d'autres ont le leur. Vous ne trouverez pas deux personnes qui aient le même. Je pense que nous avons au Nouveau-Brunswick toute une gamme de publications mais franchement, je dois dire que non seulement dans notre province mais d'un bout à l'autre du Canada — et je dis ceci en tant qu'ex-président de la Canadian Community Newspapers Association, dont je suis encore membre honoraire à vie, si bien que je me tiens au courant — le secteur fait passer les contrats publicitaires potentiels avant les intérêts du public lecteur. À quoi pensez-vous que servent ces journaux distribués gratuitement dans la rue? S'intéressent-ils aux intérêts supérieurs de la collectivité locale et aux grands dossiers qui la préoccupent? Ils servent à capter des revenus publicitaires. Je ne vois rien de mal à

different objective than real newspaper people had. There was a time when newspaper people who owned newspapers, and radio stations, by the way, and even TV stations, were interested in their communities. They were the champions of their communities. They saw their communities, even if it was Toronto or Ontario, as a farm that had to be cultivated and kept up. Therefore, they were the champions of education, good government, progress and so on. That has shifted. I am not talking about the Irvings here. I am talking about the chains, and "MBAs" generally is a label that I throw at them when it is all driven by the number crunchers. Their attitude is, "Fill it up, get it out there and mop up some dollars," and if you can get somebody to read it, great; but whatever makes them read it, whether it be a crossword puzzle or a comic strip, fine. There are lots of publications out there, but I do not think that they exist for the same purpose that they once did.

Senator Munson: What did you pay Jamie Irving? He must have thought it was pretty good, in that he has moved on up.

Mr. Cadogan: He has done quite well, has he not?

Senator Munson: Yes, he has.

Mr. Cadogan: To be absolutely frank, I did not pay him anything. He was given to me.

Senator Munson: All right. That was not the question. I met Jamie Irving. He is a wonderful young man.

Mr. Cadogan: I believe that he does truly want to put out good newspapers.

Senator Munson: Right. Well, let us hope so.

I have a question about editorial independence, because this morning at the very beginning of our day, which seems like three days ago, it was mentioned that when Frank McKenna was appointed as ambassador, three editorials praised that choice. Well, that is okay. That can be coincidence and so on, but I am more concerned with the small-town weeklies that the Irvings own. Within this monopoly, is there editorial independence for small-town newspapers in New Brunswick? I will preface it with the fact that the Irvings own so many properties here. Would a small-town editor dare offer criticism, constructive or otherwise, about the Irving empire?

Mr. Cadogan: When I sold the papers, they kept me on in a consulting role for six months, and that was just so that if they could not find something, they could ask me where it was. However, during that time they had me write a column that appeared in all their weeklies. One of the things I did was seriously tackle the Jaakko Poyry report, which I thought was seriously misguided. What I wrote was published, but I have not seen anything since criticizing Jaakko Poyry.

Cela. Ces revenus m'ont permis de me nourrir moi et mes enfants pendant toute une vie. Toutefois, je constate que les cadres de ces journaux, diplômés en administration des affaires, ont un objectif totalement différent de celui que les véritables journalistes avaient. Il fut un temps où les journalistes qui étaient propriétaires de journaux, et de stations radio, voire de stations de télévision, s'intéressaient au bien de leurs collectivités. Ils les défendaient. Ils considéraient leurs collectivités, même si c'était Toronto ou l'Ontario, comme une exploitation agricole qu'il fallait entretenir. Par conséquent, ils se portaient à la défense de l'éducation, du bon gouvernement, du progrès, etc. Cela a changé. Je ne parle pas de la famille Irving ici. Je parle des chaînes, et je dis que ce sont des diplômés en administration des affaires de façon générale car j'utilise ce vocable quand je constate que c'est le bilan qui compte avant tout. L'attitude est la suivante : « Remplissons les pages, diffusons et empochons l'argent », et si quelqu'un lit le journal, à la bonne heure. Peu importe ce qui attire le lecteur, les mots croisés ou les bandes dessinées. Tout va. Il y a beaucoup de publications de nos jours mais je ne pense pas qu'elles existent pour la même raison qu'autrefois.

Le sénateur Munson : Combien payiez-vous Jamie Irving? Il devait penser que c'était un bon salaire puisqu'il a poursuivi dans le domaine.

M. Cadogan : Il a assez bien réussi, n'est-ce pas?

Le sénateur Munson : Oui, en effet.

M. Cadogan : À vrai dire, je ne lui versais pas de salaire. On m'avait donné ses services.

Le sénateur Munson : Je vois. Ce n'était pas ma question. J'ai rencontré Jamie Irving. C'est un jeune homme épatant.

M. Cadogan : Je pense qu'il veut vraiment publier de bons journaux.

Le sénateur Munson : En effet. Enfin, espérons-le.

Je voudrais vous poser une question à propos de l'indépendance du contenu éditorial car ce matin au début de la journée, ce qui me semble être il y a trois jours, on a dit qu'au moment où Frank McKenna a été nommé ambassadeur, trois éditoriaux ont applaudi à ce choix. Je veux bien. Cela peut être une coïncidence mais je m'inquiète davantage des petits hebdomadaires que les Irving possèdent. Au sein de ce monopole, l'indépendance du contenu éditorial des journaux de petites municipalités au Nouveau-Brunswick est-elle protégée? J'ajoute que la famille Irving possède beaucoup de propriétés ici. Le rédacteur d'un journal de petite municipalité oserait-il adresser des critiques, constructives ou non, à l'empire Irving?

M. Cadogan : Une fois les journaux vendus, les nouveaux propriétaires m'ont gardé comme expert-conseil pendant six mois mais c'était tout simplement pour pouvoir s'adresser à moi quand ils ne trouvaient pas quelque chose. Toutefois, pendant ce temps, on m'a confié une chronique qui paraissait dans tous leurs hebdomadaires. J'ai notamment attaqué farouchement le rapport Jaakko Poyry, qui à mon avis défendait une thèse très erronée. Ce que j'ai écrit alors a été publié mais depuis je n'ai rien lu qui critique Jaakko Poyry.

The Chairman: I am from away.

Mr. Cadogan: Oh, I am sorry. The Jaakko Poyry report was commissioned by the Government of New Brunswick and the Forest Industries Association, and suggested that the wood production from Crown land should be doubled in the next 50 years. To make a long story short, even the provincial government committee that was set up to assess that recommended against it. I am quite convinced it is still going ahead. We will know soon. In any case, after I wrote about it, I do not remember seeing or hearing of anything else critical of it in any of the community papers. I do not know why, I was not there, but I think people self-censor. I think employees self-censor. As I said, what if you are wrong and you wind up out of work? Who will you work for? I am not saying the Irvings have to say, "Do not do it." I think people might just be afraid to offend them anyway. Again, it is not strictly an Irving issue, in my mind. Do you see much criticism of the Aspers in CanWest publications or of Power Corporation in their publications? I really do not want to make this an Irving issue, although certainly, as I said, I want to make sure that there are alternative voices, which is why I think the CBC is so important.

The Chairman: I will engage in my self-appointed task of pushing back. You suggested that the new, free subway papers or equivalents are designed solely to attract ad dollars. Obviously, they are out there pushing to attract ad dollars, but it has been suggested to us that even more important, from the point of view of those who are putting them out, is the need to attract young readers, that young people are falling away from news consumption in general, more definitely from newspaper readership, and that this is one way the publishers are trying to get them to acquire the habit so that as they age, they will move back to traditional media.

Mr. Cadogan: That could be a factor for sure. I know that all publishers are concerned about young people, and I pointed out a number of reasons why I do not think that those concerns will be satisfied by the print media. I think it will be electronic media, the Internet. That is a personal opinion. However, if you look at what is in the free papers, it is not investigative, hard-hitting local commentary or writing. It is generic news. With the free dailies in The Okanagan and so on, they have said it will be all wire service news. It is generic, so personally, I would just as soon they read Dr. Seuss.

The Chairman: Thanks very much.

La présidente : Je viens de loin.

M. Cadogan : Oh, je suis désolé. Le rapport Jaakko Poyry a été exécuté à la demande du gouvernement du Nouveau-Brunswick et de la Forest Industries Association et suggérerait que la production de bois provenant des terres publiques devrait être doublée au cours des 50 prochaines années. Pour résumer, même le comité du gouvernement provincial qui a été mis sur pied pour évaluer cette recommandation a fait une recommandation contre. Je suis tout à fait convaincu, cependant, que cela va aller de l'avant quand même. Nous le saurons assez tôt. De toute façon, après que j'ai écrit à ce sujet, je ne me rappelle pas avoir vu ou avoir entendu une critique quelconque de ce fait dans un quelconque des journaux communautaires. Je ne sais pas pourquoi, je n'y étais pas, mais je crois que les gens font de l'autocensure. Je pense que les employés font de l'autocensure. Comme je l'ai dit, que se passerait-il si vous avez tort et que vous finissez par vous retrouver sans travail. Pour qui allez-vous travailler? Je ne dis pas que les Irving doivent dire : « Ne le faites pas ». Je pense que peut-être que les gens ont simplement peur de les offenser d'une manière ou d'une autre. Je le répète, selon moi, ce n'est pas seulement une question qui touche les Irving. Est-ce que vous voyez beaucoup de critiques sur les Aspers dans les publications de CanWest, ou de Power Corporation dans leurs publications? Je ne veux pas en faire une question juste sur les Irving, bien que certainement, comme je l'ai dit, je voudrais m'assurer qu'il existe d'autres voix, et c'est pourquoi je crois que la Société Radio-Canada est si importante.

La présidente : Je vais effectuer la tâche que je me suis donnée, à savoir de faire l'avocat du diable. Vous avez suggéré que les nouveaux journaux gratuits distribués dans les métros ou les journaux de ce genre sont conçus uniquement pour écumer l'argent de la publicité. Manifestement, ils sont distribués et publiés pour attirer de l'argent publicitaire, mais on nous a suggéré, que du point de vue de ceux qui publient ces journaux, ce qui est important c'est le besoin d'attirer de jeunes lecteurs, que les jeunes consomment de moins en moins de nouvelles ou d'actualités en général, et certainement lisent de moins en moins les journaux, et ce serait un moyen pour les éditeurs de journaux de s'efforcer de leur donner la possibilité d'acquérir l'habitude de les lire, de sorte qu'à mesure qu'ils vieillissent, ils se mettent à lire de plus en plus les médias traditionnels.

M. Cadogan : Cela pourrait être certainement un facteur. Je sais que les éditeurs se préoccupent au sujet des jeunes et j'ai déjà indiqué un certain nombre de raisons qui me font croire que ces préoccupations ne trouveront pas leur satisfaction dans les médias imprimés. Je pense que ce sera plus par l'intermédiaire des médias électroniques, de l'Internet. C'est mon opinion. Cependant, si vous regardez ce qu'on trouve dans les journaux gratuits, ce ne sont pas des articles d'enquête ni des articles choc sur ce qui se passe localement. On y trouve les actualités en général. Pour ce qui est des quotidiens gratuits, dans *The Okanagan* et cetera, ils ont indiqué qu'il s'agirait de dépêches d'agences. C'est très générique, ainsi personnellement, je préférerais presque lire le Dr Seuss.

La présidente : Merci beaucoup.

Mr. Cadogan: You are very welcome.

The Chairman: It was very interesting. You covered a lot of ground and we are very grateful to you.

Mr. Cadogan: Thank you.

The Chairman: And again, our apologies for the list mix-up.

Mr. Cadogan: And you have my appreciation for the time.

The Chairman: We will now begin our session during which members of the public can share their views with committee members.

I will call on each participant to come to the table and will then ask for opening remarks. I would emphasize to everyone that we are studying the news media, so presentations should be focused on that topic. Participants' remarks will be limited to four minutes.

We certainly have a great number of participants today. We had a lot of people in Vancouver, too. We heard from 17 members of the public in Vancouver. What this means, I have to tell you all, is that we have to be extremely disciplined in terms of time. It really will be four minutes for each person to make a presentation and four minutes for questions and answers, so we all have to be as concise as possible. I ask you to bear in mind that our staff have been labouring away since a quarter to nine this morning, so it is important that we do it properly. However, we are looking forward to hearing from everybody.

The first name I have on the list is Mr. Jonathan Franklin.

Mr. Jonathan Franklin, As an individual: Thank you very much. I feel like the odd man out today, because I have been listening to a lot of opinions and I thought it would be useful for the committee to hear from somebody who actually ran two of these papers in this province in the last eight years. I was publisher of the *Times & Transcript* from 1996 until 2001, and then the *Telegraph-Journal* after that. My background in newspapers is 40 years long. I worked with Southam in Vancouver; I worked for Thomson in Victoria and Kelowna, so I have a certain level of understanding of how corporations work and how they work with the journalists.

When I came to New Brunswick in 1996 to rebuild the *Times & Transcript*, which had fallen on hard times, my only instructions from the owners were "We want you to produce a good newspaper. When you cover Irving company stories, all we ask is that you are accurate and fair."

These instructions have remained the same for all the publishers over the last eight years. They are slightly more descriptive now. Publishers are told that the owners expect them to produce newspapers that are accurate and respected; that reflect broad, mainstream values; that treat people with dignity

M. Cadogan : Avec plaisir.

La présidente : C'était très intéressant. Vous avez couvert beaucoup de sujets et nous vous en sommes très reconnaissants.

M. Cadogan : Merci.

La présidente : Encore une fois, nous nous excusons pour la confusion en ce qui concerne la liste.

M. Cadogan : Et je vous remercie pour le temps que vous m'avez accordé.

La présidente : Nous allons commencer la partie de la séance durant laquelle les membres du public peuvent donner leur opinion aux membres du comité.

Je vais appeler chaque participant à venir s'asseoir à la table, puis je leur demanderais leurs remarques préliminaires. Je voudrais faire remarquer à tous que nous étudions les médias d'information, ainsi vos exposés devraient se concentrer sur ce sujet. Les remarques des participants seront limitées à quatre minutes.

Nous avons certainement un grand nombre de participants aujourd'hui. Nous avons énormément de gens à Vancouver également. Nous avons entendu 17 personnes du public à Vancouver. Ce que cela signifie, je dois vous le dire à tous, c'est qu'il faut que nous soyons très disciplinés vis-à-vis du temps. Il n'y aura que quatre minutes par personnes pour leur exposé et quatre minutes pour les questions et réponses, donc nous devons être tous aussi brefs que possible. Je vais vous demander de vous rappeler que notre personnel travaille depuis 8 h 45 ce matin, ainsi il est important de tout faire correctement. Cependant, nous avons hâte d'entendre l'exposé de tous.

Le premier nom que j'ai sur la liste est celui de M. Jonathan Franklin.

M. Jonathan Franklin, témoignage à titre personnel : Merci beaucoup, je me sens un petit peu à part dans tout cela, parce que j'ai écouté bien des opinions exprimées et je pense que ce serait utile pour le comité d'entendre quelqu'un qui avait deux ou trois de ces journaux dans cette province au cours des huit dernières années. J'étais l'éditeur du *Times & Transcript* de 1996 à 2001, puis du *Telegraph-Journal* après cela. J'ai une expérience de 40 ans dans les journaux. J'ai travaillé avec Southam à Vancouver, pour Thomson à Victoria et à Kelowna, donc j'ai un certain niveau de compréhension de la façon dont ces sociétés fonctionnent et de la façon dont elles fonctionnent avec les journalistes.

Quand je suis arrivé au Nouveau-Brunswick en 1996 pour reconstruire le *Times & Transcript*, qui était en difficulté, les seules instructions de la part des propriétaires étaient les suivantes : « Nous voulons que vous produisiez un bon journal. Quand vous couvrez des articles touchant à la société Irving, tout ce que nous demandons c'est que vous soyez exact et équitable. »

Ces instructions sont restées les mêmes pour tous les éditeurs au cours des huit dernières années. Elles sont un petit peu plus précises maintenant. Les propriétaires disent aux éditeurs qu'ils s'attendent à les voir produire des journaux qui sont exacts et respectés, qui reflètent les valeurs générales du grand public, qui

and respect; that cover news impartially; that expose wrongdoing, either public or private; and if they make mistakes, they should admit them and correct them. As a professional journalist, that is exactly the kind of paper that I would want to work for, and that is what it has been.

I want to tell the committee categorically — there has been a lot of talk today about Irving corporate control of staff and newspapers — that in the eight years that I was publisher of the *Transcript* and the *Telegraph-Journal*, I was never told by the owners what or what not to put in my newspaper, because I regarded it as my newspaper. I was never told what party or candidate to support in an election, and over the last eight years I have supported both Tories and Liberals, provincially and federally. I have never been told what editorial position to take on any issue. I never had a phone call from any Irving about a news story. I never even discussed the specific content of my newspaper with the owners, and I have never been told who and who not to hire. I regard integrity as a very important part of my professional career, and I am not telling any stories here. That has been my experience. Therefore, I have been quite nonplussed today to hear some of the observations from the outside.

I do have just two brief comments before my time is up. In regard to Dr. Steuter's presentation, I have looked into her studies — I have been with her on a media panel — because I thought they were important. They basically use the technique of deconstruction that was set up by a French intellectual named Jacques Derrida, who died recently. Quite frankly, without being unkind, that technique is regarded as a rather murky intellectual process these days. I can go into the details because I have read her original study, and I can tell you the process that she used if we have the time for that.

The only thing that I would say is that in her study, she lumped the three Irving dailies in with *The Globe and Mail* in their coverage of that strike, and that is pretty good company. I am happy with that.

In closing, I am very proud of the papers that I produced here. I took the *Transcript* editorial staff from 18 people when I arrived to 34. I expanded the news hole. We run on news holes more generously than most papers, and we benchmark them. We run on news holes that are around 34 to 36 per cent, and the benchmark is about 40 per cent.

I was the person who introduced the freelance contracts, which you heard about from Jackie Webster this morning. They were basically standard contracts that came in at that time. Admittedly, the wording might have been viewed as offensive, but the Internet was coming in, and other organizations, not only us, had to do the same kind of contracts. Freelance coverage was mentioned.

traitent les gens avec dignité et avec respect, qui couvrent l'actualité de manière impartiale, qui exposent les actes répréhensibles, qu'ils soient publics ou privés. Et s'ils font des erreurs, ils devraient les admettre et les corriger. En tant que journaliste professionnel, c'est exactement le type de journal pour lequel j'aimerais travailler et c'est l'expérience que j'ai eue.

Je voudrais dire au comité de façon catégorique — car il y a eu aujourd'hui beaucoup de discussion sur le contrôle de la société Irving des journaux et du personnel — que, au cours des huit années durant lesquelles j'ai été l'éditeur de *Transcript* et de *Telegraph-Journal*, les propriétaires ne m'ont jamais dit que mettre ou que ne pas mettre dans mon journal, parce que je le considérais comme mon journal. On ne m'a jamais dit quel parti ou quel candidat soutenir pendant une élection et, au cours des huit dernières années, j'ai soutenu tant les conservateurs que les libéraux, tant au niveau provincial qu'au niveau fédéral. On ne m'a jamais dit quelle position éditoriale prendre dans un dossier quelconque. Je n'ai jamais reçu de coup de téléphone d'un membre quelconque de la famille Irving au sujet d'un article. Je n'ai même jamais discuté du contenu précis de mon journal avec les propriétaires et on ne m'a jamais dit qui embaucher et qui ne pas embaucher. Pour moi, l'intégrité est une partie importante de ma carrière professionnelle et je ne raconte pas d'histoire. Ça été réellement mon expérience. Par conséquent, j'ai été interloqué aujourd'hui d'entendre certaines des observations qui ont été émises par des gens qui ne travaillent pas dans ce secteur.

J'ai encore deux commentaires avant que mon temps soit écoulé. En ce qui concerne la présentation du Dr Steuter, j'ai lu ses études — j'ai fait partie du même groupe de spécialistes des médias qu'elle — parce que je pensais que ces études étaient importantes. Fondamentalement, elles utilisent la technique de déconstruction qui a été présentée par un intellectuel français du nom de Jacques Derrida, qui vient de mourir. Franchement, sans être méchant, cette technique est considérée de nos jours comme un processus intellectuel plutôt obscur. Je pourrais rentrer dans les détails, parce que j'ai lu son étude et je peux vous parler du processus qu'elle a utilisé, si nous avons le temps pour cela.

La seule chose que je voudrais dire, c'est que, dans son étude, elle a mis les trois quotidiens du groupe Irving dans le même sac que *The Globe and Mail*, pour ce qui est de la couverture qu'ils ont fait de cette grève, et je trouve qu'ils sont en bonne compagnie.

Pour conclure, je suis très fier des journaux que j'ai produits ici. Sous ma direction, le personnel de *Transcript* est passé de 18 à 34 personnes. J'ai développé l'espace réservé aux nouvelles. Nous avons réservé aux nouvelles un espace plus généreux que celui de la plupart des journaux et nous sommes l'exemple qu'ils suivent. Nous avons des espaces réservés aux nouvelles qui représentent de 34 à 36 p. 100, et le modèle est d'à peu près 40 p. 100.

C'est moi qui ai introduit les contrats de pigiste, dont vous avez entendu parler ce matin par Jackie Webster. C'était au fond des contrats standard qui ont été signés à ce moment-là. Les termes du contrat ont peut-être été considérés comme rebutants, mais l'Internet commençait à arriver et d'autres organisations, pas seulement nous, ont eu à signer le même type de contrat. La couverture par les pigistes était mentionnée.

I do not know whether the committee saw the *Globe* piece, which I will leave with you, which deals with the LNG coverage in Saint John, with the city council praising the *Telegraph-Journal* for the coverage it gave. Thank you.

The Chairman: I gave you more time than I said that I would, precisely because you were pushing hard on the other side of the story from what we have heard. I am sorry to have to cut you off. We would love to hear from you if you have further details that you want to give us in writing.

Mr. Franklin: I have been retired for six months, by the way.

The Chairman: You can still write.

Senator Trenholme Counsell: Thank you for coming today, Mr. Franklin. If you were to write a column or editorial on what has happened here today, what might you say?

Mr. Franklin: In this province there are people who love the Irving family and there are people who hate the Irving family. I think the Irvings are committed to this province. They made clear to their publishers and editors that they are here for the long term. They do not want to squeeze the "last nickel" — those are Jim Irving's own words — out of the newspapers. He is prepared to accept less profitability. He produces the *Telegraph-Journal*, which is a very expensive animal to produce. He could have reduced that to a Saint John paper.

My experience with these owners here has been nothing but positive.

Senator Munson: You are a very patient man. You have been here all day. You obviously wanted to state your opinion, and it is great to have it. You know, as a journalist, you have to have balance in every report.

Could you quickly comment on self-censorship?

Mr. Franklin: I never felt restrained and never restrained any of my editors from covering stories. We covered the Irving *Whale* story; we covered LNG, a recent one when I was not there. I never felt restrained. The only thing that I would say is the key point was that one could expect that the Irvings would be treated just like the McCains, or any other company.

The Chairman: I would love to have a copy of the admirable statement of principles, instructions, from which you quoted, but more pertinently, does anybody other than the publisher and the editor-in-chief know about them? Do the staff know about them? Does the public know about them?

Mr. Franklin: It was more the owners stating what their expectations were to the publishers.

Je ne sais pas si le comité a lu l'article du *Globe*, que je vous distribue, et qui touche à la couverture sur le gaz naturel liquéfié à Saint John, avec le conseil municipal félicitant le *Telegraph-Journal* pour la couverture qu'ils en ont donnée. Merci.

La présidente : Je vous ai donné en fait plus de temps que je ne l'avais dit, précisément parce que vous présentiez l'autre côté de la médaille, par rapport à ce que nous avons entendu jusqu'ici. Je suis désolée de devoir vous interrompre. Nous aimerions vous écouter davantage, si vous avez d'autres détails que vous accepteriez de nous donner par écrit.

M. Franklin : Cela fait six mois que je suis à la retraite, justement.

La présidente : Vous pouvez encore écrire.

Le sénateur Trenholme Counsell : Merci d'être venu aujourd'hui, monsieur Franklin. Si vous deviez écrire une colonne ou un éditorial sur ce qui s'est passé aujourd'hui, que diriez-vous?

M. Franklin : Dans cette province, il y a des gens qui aiment la famille Irving et il y a des gens qui détestent la famille Irving. Je pense que les Irving se sont engagés vis-à-vis de cette province. Ils ont dit clairement aux éditeurs et aux rédacteurs qu'ils sont dans cette province pour y rester. Ils ne veulent pas tirer les « derniers cinq sous » — ce sont les termes mêmes de Jim Irving — des journaux. Il est prêt à accepter une rentabilité moindre. Il est le producteur du *Telegraph-Journal*, qui est un morceau très cher à produire. Il pourrait l'avoir réduit à la taille d'un journal de Saint John.

Mon expérience avec ces propriétaires a été entièrement positive.

Le sénateur Munson : Vous êtes un homme très patient. Vous êtes resté ici toute la journée. Manifestement, vous vouliez présenter votre opinion et nous sommes heureux de l'avoir. Vous savez, en tant que journaliste, il vous faut un certain équilibre pour chaque rapport.

Pouvez-vous commenter rapidement sur l'autocensure?

M. Franklin : Je ne me suis jamais senti limité pour couvrir un sujet ou écrire un article et je n'ai jamais limité aucun de mes rédacteurs. Nous avons couvert l'histoire du bateau Irving *Whale*, nous avons couvert l'histoire du GNL, une histoire récente pendant que je n'étais plus là. Je ne me suis jamais senti limité. La seule chose qui d'après moi est le point essentiel, c'est qu'on peut s'attendre à ce que les Irving soient traités exactement comme les McCains ou toute autre société.

La présidente : Je serais très heureuse d'obtenir une copie de cet admirable énoncé de principes, de ces instructions, dont vous avez cité quelque chose, mais même de façon plus pertinente, est-ce que quelqu'un d'autre que l'éditeur ou le rédacteur en chef les connaît. Est-ce que le personnel les connaît? Est-ce que le public les connaît?

M. Franklin : C'était plutôt les propriétaires qui énonçaient leurs attentes aux éditeurs.

The Chairman: Do you think it would be helpful if such statements were more broadly circulated?

Mr. Franklin: It could be.

The Chairman: Thank you very much, sir.

[Translation]

We will now hear from Mr. Bernard Robichaud.

Mr. Bernard Robichaud, Agence de presse atlantique inc., as an individual: Madam Chair, I have to tell you that this is quite the opposite of what was happening in court this morning when I was arguing a case. What I have to say to you is this.

My father is 90 years old and he writes. My brother is a reporter with the *Acadie Nouvelle* and he is in charge of the culture desk. I founded a press agency in 1979. I sell information to the media, or exchange it with the media, that is newspapers, radio and television. I help and train reporters, and I work a lot with freelancers. I myself am a freelancer. I am therefore very ambivalent about today's discussion. Every day, I read the following papers: *The Globe and Mail*, the *Telegraph-Journal*, the *Times & Transcript*, *l'Acadie Nouvelle*, the *Chronicle-Herald* and the *Journal de Québec*. I read the following weeklies: the *Miramichi Leader Weekend*, the *Northern Light*, *l'Étoile* in the southeastern region, the *Kings County Record*, and *Hebdo Chaleur*. I get up at 3 a.m. and read until 7 in the morning. I am a news junkie. I therefore live through the papers. My favourite papers, in order, are the *Chronicle-Herald* of Halifax and the *Globe and Mail*.

I take no issue with the fact that the Irvings have given New Brunswick good newspapers, but I wonder what is becoming of the opinions of freelancers, that is, people who have an opinion? Here is an example of an attempt to sell information for non-financial reasons. Ms. Bethany Dykstra, who will testify later on, is a journalist I have been training for a year. I have tried in vain three times to get her column published in the *Moncton Times*. Her case is now before the Editorial Board, but I have not heard anything yet.

I think that if there is one message I want to get across, it is that we need an ombudsman or an editor. The *Brunswick News* has made the case for the survival of all of its newspapers. That could be debated for hours. I have nothing against the *Brunswick News* group. All I want is for them to give more space to readers' opinions, because the space they provide in their paper is not very generous. There are wonderful people who write, and we should have the opportunity to read what they have to say. That is really the message I want to get across. I hope that the representatives of *Brunswick News* who are listening to us today, and who include some journalists from the *Times & Transcript*, and the *Telegraph* who might know very well realize that we are happy to read every day what they put out, but we would like to see more independence and more varied opinions. I know Jamie Irving and Jim Irving and other people who work for the organization, and I am pleased that, for such a small province, there are papers in Moncton, Fredericton and Saint-John, as compared to other provinces who only have one newspaper. This is one of the

La présidente : Pensez-vous qu'il serait utile que ce genre d'énoncé fasse l'objet d'une circulation plus importante?

M. Franklin : Peut-être.

La présidente : Merci beaucoup, monsieur.

[Français]

Maintenant, nous recevons M. Bernard Robichaud.

M. Bernard Robichaud, Agence de presse Atlantique inc., à titre personnel : Madame la présidente, je dois vous dire que c'est contraire à la cour où j'ai passé une demi-journée ce matin à plaider. J'aimerais vous dire ceci.

Mon père a 90 ans et il écrit. Mon frère est journaliste à *l'Acadie Nouvelle* et chargé du pupitre de la culture. J'ai une agence de presse fondée en 1979. Je vends de l'information ou j'échange de l'information aux médias, c'est-à-dire journaux, radios et télévision. J'aide et je forme des journalistes, et je travaille beaucoup avec des gens indépendants. Je suis moi-même indépendant. Je vis donc une grande ambivalence dans le débat d'aujourd'hui. Je lis tous les jours les journaux suivants : le *Globe and Mail*, le *Telegraph-Journal*, le *Times & Transcript*, *l'Acadie Nouvelle*, le *Chronicle-Herald* puis le *Journal de Québec*. Les hebdomadaires *Miramichi Leader Weekend*, *Northern Light*, *l'Étoile* du Sud-Est, *Kings County Record*, *Hebdo Chaleur*. Je me lève à trois heures le matin et je lis jusqu'à sept heures le matin. Je suis un « news junkie ». Je vis donc par les journaux. Mon journal préféré, en priorité, c'est le *Chronicle-Herald* de Halifax, et le deuxième c'est le *Globe and Mail*.

Je ne conteste pas le fait que les Irving nous donnent de bons journaux au Nouveau-Brunswick, mais je me demande, ce que l'on fait de l'opinion du « freelancer », c'est-à-dire la personne avec une opinion ? Voici un exemple d'une tentative de vendre de l'information qui n'est pas pour une raison financière. Madame Bethany Dykstra, qui témoignera plus tard, est une journaliste que je forme depuis un an. J'ai tenté à trois reprises de faire publier sa chronique au *Moncton Times*, sans résultat. Maintenant, ce cas est devant l'« Editorial Board », mais je n'ai pas de nouvelles.

Je pense que si j'ai un message à passer, ce serait d'avoir un ombudsman ou un éditeur. Le *Brunswick News* nous assure de la survie de tous ces journaux. On pourrait parler de cela pendant des heures. Je n'ai rien contre le groupe *Brunswick News*. Tout ce que je voudrais, c'est qu'ils donnent plus d'espace à l'opinion du lecteur, parce que le forum qu'ils ont dans le journal est très bon. Il y a des gens merveilleux qui écrivent et il faudrait pouvoir les lire davantage. C'est vraiment à ce niveau que j'aimerais faire passer un message. J'espère que les gens de *Brunswick News* qui nous écoutent aujourd'hui, dont certains journalistes que je connais bien du *Times & Transcript*, et du *Telegraph*, comprennent que nous sommes contents de voir tous les jours ce qu'on nous donne à lire, mais on voudrait avoir plus d'indépendants avec des opinions différentes. Je connais Jamie Irving, Jim Irving, et d'autres personnes dans cette entreprise, et je suis content que, pour une si petite province, il existe un journal à Moncton, à Fredericton, à Saint-Jean, comparativement à d'autres provinces qui ont juste un journal. C'est une des

reasons why I am not against the *Brunswick News* group. They are efficient and they keep their eye on the ball. I think that on the hole, what I would like to see is a little more openness.

Senator Trenholme Counsell: So you are satisfied with the situation, except that you would like to see more pieces by freelancers?

Mr. Robichaud: The message I want to get across is not that I believe in government interference in the print media, which was the argument of David Cadogan, it is that the group has to understand that is possible to put out good papers, but that on the inside there should be someone elected by a panel of journalism professors who would act as a protector of opinions and a protector for independent writers. It is important that their papers give more space to public opinion, because that is something valuable.

Senator Trenholme Counsell: Yes. We also heard in the other provinces that there should be an ombudsman or a press council in order to assess the situation.

Mr. Robichaud: Exactly, and that would help protect our own journalists. I often speak with journalists and some of them tell me that is not easy. So there should be someone to defend journalists and journalistic independence; that would be a good recommendation.

[English]

Senator Munson: How do you make a living?

[Translation]

Mr. Robichaud: I have many other feathers in my cap. Journalism is my passion, I will be opening an office here in Moncton on Main Street, so I still have many opportunities. I would like to provide more opportunities to others such as Bethany Dykstra and to others whom I have trained, because they have something to say and a different point of view. Bethany Dykstra is a freelance rural reporter. She is a keen observer and can present rural life from her personal perspective. I would like her to have her own column entitled *Bethany's World*. It already appears in several community papers. I have asked three times that the *Moncton Times* publish her column, but I have not heard anything yet. I just want the Irving Group to realize that it would make even more money and create even more interest if it involved freelancers who have their own opinions. That is what people want to read about.

The Chair: It has to be said that very few young journalists have supporters who are as eloquent as you are. Thank you very much, Mr. Robichaud.

I would ask the next witness to please take a seat. She is Ms. Bethany Thorne-Dykstra.

[English]

Welcome to the committee.

raisons pour laquelle je ne suis pas contre le groupe *Brunswick News*. Ils sont efficaces, ils pensent à leur affaire. Je pense que dans l'ensemble, tout ce que je voudrais, c'est un peu plus d'ouverture.

Le sénateur Trenholme Counsell : Vous êtes satisfait de la situation sauf peut-être sur le manque de journalisme libre?

M. Robichaud : Je voudrais faire passer le message parce que je ne crois pas dans l'interférence gouvernementale dans le milieu de la presse, donc, l'idée apportée, par David Cadogan, c'est qu'il faudrait que le groupe comprenne qu'il est possible de faire de la bonne presse, mais il faut quelqu'un de l'intérieur, soit une personne élue par un panel de professeurs en journalisme, qui agisse comme le protecteur des opinions, le protecteur des indépendants. Il importe de donner plus de place à l'opinion du public dans leurs journaux, parce que cela a une valeur.

Le sénateur Trenholme Counsell : Oui. Nous avons aussi entendu dans les autres provinces qu'il devrait y avoir un ombudsman ou un conseil de presse, afin d'avoir la possibilité d'évaluer.

M. Robichaud : Exact, et cela protégerait leurs propres journalistes. Je parle souvent avec des journalistes et certains d'entre eux me disent que c'est difficile. Il devrait donc y avoir un protecteur du journaliste et un protecteur de l'indépendance, ce serait une bonne recommandation.

[Traduction]

Le sénateur Munson : Comment gagnez-vous votre vie?

[Français]

M. Robichaud : J'ai bien d'autres cordes à mon arc. Le journalisme est ma passion, j'ouvre un bureau sur la rue Main ici à Moncton, donc je ne suis pas à ma dernière promotion. J'aimerais offrir plus de place à des auteurs comme Bethany Dykstra et à bien d'autres que j'ai formés, parce qu'ils ont quelque chose à dire, des perspectives à présenter. Bethany Dykstra est un « freelance rural reporter ». Elle sait observer les choses et peut rapporter les événements de la vie rurale selon une perspective personnelle. Je veux qu'elle ait sa chronique qui s'appelle *Bethany's World*. C'est déjà publié dans des publications communautaires. Cela fait trois fois qu'on essaie de la faire publier au *Moncton Times* mais la réponse ne vient pas. Je veux donc que le Groupe Irving réalise qu'il ferait encore plus d'argent et susciterait plus d'intérêt s'il impliquait des gens indépendants avec des opinions. C'est cela qu'on veut lire dans les journaux.

La présidente : Il faut dire que peu de jeunes journalistes ont des supporters aussi éloquents que vous. Merci beaucoup, monsieur Robichaud.

Je demande au prochain témoin de se présenter, Mme Bethany Thorne-Dykstra.

[Traduction]

Bienvenue au comité.

Ms. Bethany Thorne-Dykstra, as an individual: Unfortunately, I am not very knowledgeable and experienced in the realm of media, but I did feel it was important to come and share some of the experiences that I have been facing. The big question in my mind, since I do appreciate the spoken word and that every person should get a good perspective on issues from all angles, is what criteria are used for freelance writers to get into any kind of paper? I am very confused at this point in my life. I have had so many people come up to me after writing a number of editorials in newspapers, both in the *Times* and the *Telegraph*, and in our little local newspaper, the *Community Digest*, and saying "When are you planning to put another article in? I cannot wait to hear your story. I cannot wait to hear your perspective on that issue." That is why I decided one day that maybe I should have an article in there on a regular basis from a rural perspective. I really appreciate Mr. Steeves' comments a little earlier about Sussex, because I am also a dairy farmer, and I know the agricultural issues quite well. I feel that the general public out there needs to hear that perspective. For the *Times & Transcript* or the *Telegraph-Journal*, or any of the major papers in this province, knowing that 50 per cent of the population in New Brunswick is rural, I would think a rural perspective would be welcomed.

I have had a number of journalists critique my writing because I do not really know what people are looking for and they have told me, "Wow, you have quite a perspective there, and I have never heard agriculture explained that way. I actually understand." I consider that such a compliment coming from journalists who are writing regularly in the papers currently.

I know I do not have too much time, but I really appreciated the quote mentioned earlier today that, "Good writing, good stories and characters of the community they serve make quality papers." I think a rural perspective is needed on a lot of issues: education, the political scene, transportation. There are so many different issues, and I think it is a perspective that would be welcomed if the opportunity was allowed.

My big question is — and maybe you people can answer it for me — what are the criteria to become a freelance writer in this province?

The Chairman: I can tell you, before I give my colleagues a chance to put questions, that we do not have control over the decisions editors make about what to put in their papers, nor do we seek that control. We can ask questions about anything that the spirit moves us to ask about, but a Senate committee is not the place to tell an editor to put this in the paper and not that.

Ms. Thorne-Dykstra: I want to clarify that I am not implying that, but what I am asking —

Mme Bethany Thorne-Dykstra, à titre personnel : Malheureusement, je ne connais pas grand-chose et je n'ai pas beaucoup d'expérience dans le domaine des médias, mais j'avais l'impression qu'il était important pour moi de venir parler des expériences que j'ai vécues. Dans ma tête, la grande question, puisque j'apprécie l'oral et que toute personne devrait pouvoir avoir une bonne perspective sur toutes les questions et tous les points de vue, c'est quels sont les critères utilisés pour permettre à un écrivain pigiste de travailler pour un journal? À cette époque de ma vie, je me pose beaucoup de questions. Il y a tellement de gens qui sont venus me voir après que j'ai écrit un certain nombre d'éditoriaux dans les journaux, tant dans le *Times* et le *Telegraph*, que dans notre petit journal local, appelé le *Community Digest*, et qui m'ont dit : « Quand pensez-vous publier un autre article? J'ai hâte de lire votre prochain article. J'ai hâte d'entendre le point de vue que vous allez prendre par rapport à ce problème. » C'est pourquoi, un jour, j'ai décidé que peut-être que je devais écrire un article régulièrement, et donner le point de vue rural. J'apprécie énormément les commentaires de M. Steeve sur le Sussex, parce que je suis aussi une exploitante laitière et que je connais les problèmes agricoles très bien. J'ai l'impression que le public en général a besoin d'entendre parler de ce point de vue. Pour le *Times & Transcript* ou pour le *Telegraph-Journal*, ou pour tous les journaux importants de la province, sachant que 50 p. 100 de la population du Nouveau-Brunswick est une population rurale, on pourrait penser que la perspective rurale serait la bienvenue.

Un certain nombre de journalistes ont critiqué mes articles, parce que je ne sais pas vraiment ce que les gens recherchent et ils m'ont dit : « Eh bien, vous avez tout un point de vue, l'agriculture ne m'a jamais été expliquée de cette façon. Je comprends en fait. » Je considère cela comme un compliment, émanant de journalistes qui écrivent régulièrement dans les journaux actuels.

Je sais que je n'ai pas beaucoup de temps, mais j'ai vraiment apprécié la citation qui a été faite aujourd'hui : « Une bonne rédaction, de bonnes histoires et de bons personnages de la collectivité qu'ils servent, donnent des journaux de qualité. » Je pense que le point de vue rural est nécessaire pour bien des questions : l'éducation, la scène politique et les transports. Il y a tant de questions différentes et je crois que c'est une perspective qui serait bienvenue si on nous en donnait l'occasion.

Ma grande question est la suivante — et peut-être que vous pouvez y répondre pour moi — quels sont les critères pour devenir journaliste pigiste dans cette province?

La présidente : Je peux vous dire, avant que je donne à mes collègues la possibilité de poser des questions, que nous n'avons aucun contrôle sur la décision que prennent les rédacteurs en chef sur les sujets à imprimer dans leurs journaux, et que nous ne rechercherons pas non plus à avoir ce contrôle. Nous pouvons poser des questions sur tout ce qui nous chante, mais un comité du Sénat n'est pas l'endroit où vous pouvez dire à un rédacteur en chef, mettez cela ou ne le mettez pas dans votre journal.

Mme Thorne-Dykstra : Je voudrais éclaircir la question, ce n'est pas ce que je voulais dire, mais ce que je demande...

The Chairman: None of which diminishes your concerns about covering agriculture and rural life, I understand that.

Ms. Thorne-Dykstra: What I am asking is, are there criteria that newspapers use? Are there standard criteria or is it just up to an editor of whatever paper?

Senator Munson: Well, you were the editor. You explain it. You were at *The Gazette*.

The Chairman: I would say that there are certain elementary rules that people follow. For example, does it seem to be accurate, is it intelligible, grammatical, fair, will we be sued for liable and is it of interest to a broad swath of our readers, not all of them necessarily? However, every publication will then apply those criteria differently and even apply them in the same publication differently over time, depending on who is the editor in question. Therefore, there is no easy answer to what you are asking. You have a good platform today, though.

Senator Munson: I just want to say that we are in a public forum. Senator Fraser talked about asking questions, but it is public forum. The media have been here. Maybe somebody can recognize the talent that you have, including all of the newspapers owned by the Irving family, and take a good look at the work that you do and who you represent — as you say, the 50 per cent who live in rural New Brunswick. It sounds to me as if you are offering a unique service and I am rather surprised that, as you say, there is not that much writing about agriculture in this province. I just add my support to your cause.

I got \$20 for an article I wrote for the *Edmonton Journal* last week. I have not cashed it yet.

Ms. Thorne-Dykstra: The interesting thing is when I have approached a few papers, and a few journalists have approached them on my behalf, I might add, I have never asked for money, because I feel it is important for people to understand those in rural areas, our perspective and how we think, and I am just interested in making sure that that side of issues is heard. It is not about money for me. I feel it is a view that is not heard often and is needed.

Senator Trenholme Counsell: I do not know if there was any confusion between being a freelance journalist and writing letters to the editor. Sometimes, a letter to the editor can be quite a long piece about an issue, even in our big national papers. If you feel there is a subject that should be covered, be it rural childcare, something to do with the mines or BSE and our New Brunswick farmers, I think you have the opportunity to have not just a two-paragraph letter, but maybe an eight-paragraph letter published. However, it is certainly up to the publisher of the paper to decide whether to hire you as a freelance writer, or anyone else. That is a hiring decision. However, you do have the

La présidente : Rien de cela, bien sûr, ne diminue vos préoccupations sur la couverture de l'agriculture et de la vie rurale, je comprends très bien cela.

Mme Thorne-Dykstra : Ce que je demande : Y a-t-il des critères utilisés par les journaux? Y a-t-il des critères standard ou bien est-ce que c'est à chaque rédacteur de décider pour chaque journal?

Le sénateur Munson : Eh bien, vous étiez rédactrice en chef. Expliquez-le. Vous travailliez pour *The Gazette*.

La présidente : Je dirais qu'il y a un certain nombre de règles élémentaires que les gens suivent. Par exemple, est-ce que cela semble exact, est-ce intelligible, est-ce correct grammaticalement, est-ce équitable, est-ce qu'on va nous faire un procès et est-ce que ça peut intéresser une grande partie de nos lecteurs, parce qu'il n'est pas nécessaire que ça les intéresse tous. Cependant, toute publication appliquera ces critères de façon différente et peut même les appliquer dans la même publication différemment selon l'époque, en fonction du rédacteur en chef en question. Par conséquent, il n'y a pas de réponse facile à la question que vous posez. Cependant, aujourd'hui beaucoup de gens vous écoutent.

Le sénateur Munson : Nous sommes un forum public. Le sénateur Fraser disait que nous pouvions poser des questions, mais il s'agit d'un forum public. Les médias ont été présents ici. Peut-être que quelqu'un pourrait reconnaître le talent que vous avez, y compris tous les journaux que possède la famille Irving, et peut examiner le travail que vous faites et qui vous représentez — comme vous le dites, les 50 p. 100 de gens qui vivent dans le Nouveau-Brunswick rural. Il me semble que vous offrez un service unique et je suis d'ailleurs surpris que, comme vous le dites, il n'y ait pas beaucoup d'articles sur l'agriculture dans cette province. Je vais juste ajouter mon soutien à votre cause.

J'ai reçu 20 \$ pour un article que j'ai écrit pour le *Edmonton Journal* la semaine dernière. Je ne l'ai pas encore encaissé.

Mme Thorne-Dykstra : Ce qui est intéressant, c'est que quand j'ai approché quelques journaux et quand quelques journalistes les ont approchés pour moi, je dois dire que je n'ai jamais demandé d'argent, parce que j'avais l'impression qu'il était important que les gens comprennent ceux qui habitaient dans les zones rurales, comprennent notre point de vue et la façon dont nous pensons et ce qui m'intéresse c'est de m'assurer que ce son de cloche est entendu. Pour moi, ce n'est pas une question d'argent. J'ai l'impression que c'est un point de vue qu'on n'entend pas beaucoup et qui est nécessaire.

Le sénateur Trenholme Counsell : Je ne sais pas s'il y a une confusion entre le fait d'être un journaliste pigiste et le fait d'écrire des lettres à l'éditeur. Parfois, une lettre à l'éditeur peut être un long article sur une question, même dans nos grands journaux nationaux. Si vous avez l'impression qu'un sujet doit être couvert, que ce soit les garderies en milieu rural, quelque chose qui a à voir avec les mines ou l'ESB et vos agriculteurs du Nouveau-Brunswick, je pense que vous avez la possibilité de voir publier une lettre qui ne fait pas deux paragraphes mais huit paragraphes. Cependant c'est à l'éditeur du journal de décider s'il veut vous engager comme journaliste pigiste ou s'il veut engager quelqu'un

right to put your opinions in the paper, and I have seen them. They get in.

Ms. Thorne-Dykstra: Yes, I have written many editorials, and I am not quite clear —

Senator Trenholme Counsell: Not editorials, but letters to the editor.

Ms. Thorne-Dykstra: Or letters to the editor, yes, and I am not quite clear on why certain ones get in and others do not. However, I do take that avenue now, as much as possible.

Senator Trenholme Counsell: I know some people who write a lot of letters to the editor. Editors will say, "Well, we had two of his last month, so we will make that person wait another month maybe," because they certainly do not all get published. I do not think it is necessarily the subject; it is the frequency of writing so that they give many people a chance.

The Chairman: I can confirm that. Very few newspapers publish anywhere near all the letters that they get.

Ms. Thorne-Dykstra: Oh, definitely not.

The Chairman: They do try to give a fair shot to as many people as possible, which can make it hard on the keen and frequent writers.

Thank you so much.

Ms. Thorne-Dykstra: Could I just say one last thing? When you do not have that opportunity in papers, and in hearing a lot about the control of papers in New Brunswick, I wonder, if you do not get into one in the province, how do you get into another?

The Chairman: Thank you very much, Ms. Thorne-Dykstra.

I will now call on Mr. Eric Tobin.

Mr. Eric Tobin, as an individual: I wanted to make a comment before I started. I have four children, one of whom is not in professional employment, but my other three, through this world of precarious employment, are a consultant, an accountant, and another is employed with the Irvings in the transport industry. They are all, by the nature of what is happening in North America, in communications right now. That has something to do with the term the economists have invented, "precarious employment," whereby you are hired for 40 hours a week. If you are not prepared to work 60 hours for the same money, there is somebody waiting for your job. There is no loyalty that I can see in either direction, and maybe that is the way it should be.

Anyway, I will just make my comments because I have used up a minute already.

d'autre. C'est une décision d'embauche. Cependant, vous avez le droit d'exprimer vos opinions sur papier et j'ai déjà vu cela. On les imprime.

Mme Thorne-Dykstra : Oui, j'ai écrit de nombreux éditoriaux et je ne suis pas sûre...

Le sénateur Trenholme Counsell : Pas des éditoriaux, mais des lettres au rédacteur.

Mme Thorne-Dykstra : Ou des lettres au rédacteur, oui, et je ne suis pas certaine de savoir pourquoi certaines sont publiées et certaines ne le sont pas. Cependant, c'est quelque chose que je fais maintenant, autant que possible.

Le sénateur Trenholme Counsell : Je connais des gens qui écrivent énormément de lettres au rédacteur en chef. Les rédacteurs disent : « Eh bien, nous en avons eu deux le mois dernier, donc nous allons laisser cette personne attendre pendant un mois peut-être », parce que bien sûr toutes ne sont pas publiées. Je ne pense pas que ce soit nécessairement le sujet, c'est la fréquence des lettres, et il donne une possibilité à beaucoup de gens d'être publiés.

La présidente : Je peux confirmer ce fait. Peu de journaux publient toutes les lettres qu'ils reçoivent.

Mme Thorne-Dykstra : Oh, absolument pas.

La présidente : Ils essaient d'être équitables avec le plus de gens possible, ce qui peut être difficile pour ceux qui écrivent fréquemment.

Merci beaucoup.

Mme Thorne-Dykstra : Pourrais-je dire juste une dernière chose? Quand vous n'avez pas cette possibilité d'être publié dans les journaux et que vous entendez beaucoup parler du contrôle des journaux au Nouveau-Brunswick, je me demandais, si vous n'arrivez pas à être publié dans un des journaux de la province, comment vous faites pour être publié dans un autre?

La présidente : Merci beaucoup, madame Thorne-Dykstra.

Je vais maintenant demander à M. Eric Tobin de s'avancer.

M. Eric Tobin, à titre personnel : Je voulais formuler une observation avant de commencer. J'ai quatre enfants l'un d'entre eux n'est pas un professionnel, mais mes trois autres enfants, dans ce monde où l'emploi est relativement précaire, sont consultant, comptable et un autre est employé dans l'industrie du transport chez les Irving. Ils sont tous les trois, de par la nature de ce qui se passe en Amérique du Nord à l'heure actuelle, dans les communications. Cela a rapport avec le terme inventé par les économistes, « emploi précaire », pour quelqu'un qui travaille 40 heures par semaine. Si vous n'êtes pas prêt à faire 60 heures par semaine pour le même montant d'argent, il y a quelqu'un qui attend pour avoir votre emploi. Je ne vois aucune loyauté de part et d'autre et peut-être est-ce la façon dont les choses devraient être.

De toute façon, je voulais juste faire mes commentaires, parce que je viens d'utiliser une minute déjà.

I was first alerted in this Lawrence Martin article, dated March 3, "In press v. the People, the Liberals take a bruising," and it pointed out that all of the large media have come out in favour of the missile shield, while 75 per cent of the Canadian people are opposed to it, and that is a problem.

Also, there is this tendency in all the media to look for a story. There is a feeding frenzy right now on having an election, and I have to say one of the places where this has been most prevalent recently is in the Moncton *Times & Transcript*. It is becoming a feature, and this is the April 13 edition. The editorial is pushing the issue. "It's time for a change," and then, here is the next one, "Liberals are morally lacking." "It's time for an election." It ends up on April 14 with, "Time to let the people judge." "We say the Liberal Party and the present government have lost any moral authority they might have had to continue governing. It's time to ask the people again."

Bill C-24 changed the funding of elections in 1999. Between articles like this and Mr. Harper, they have now said "Well, what the heck, we will not be paying for it any more. Let's have another election." I think it was Mr. Schopenhauer, the philosopher who was the inspiration for Mr. Freud and Freud made a mess of it, who said:

In that resistance of the will to allowing what is contrary to it to come under the examination of the intellect lies the place at which madness can break in upon the mind.

We have that in the media right now, in demanding we have an election. I am happy that we do have media you can actually communicate with, and I had the occasion recently to question an editorial in *The Globe and Mail* about Justice Iacobucci. I said this editorial does not do Mr. Iacobucci — and I am not being facetious here — justice, because it is misrepresenting the context of his Supreme Court persona, and the assistant editor agreed with me that there was considerable controversy about the editorial. The problem is *The Globe and Mail*, under Mr. Thorsell was a little to the right. The new editorial staff have moved it to being right wing. However, I will write you a letter.

The Chairman: Thank you. You will have to because I have to cut you off now.

Mr. Tobin: Yes, I just want to make —

The Chairman: No, you cannot. We have to go now to questions.

Senator Munson: Well, sir, I will give you the opportunity. You wanted to make one more point, so I will not ask a question if you want to get something off your mind. Those media people are something else, are they not? They drive me nuts.

Ce qui m'a tout d'abord alerté, c'est cet article de Lawrence Martin, daté du 3 mars, intitulé « In press v. the People, the Liberals take a bruising », qui expliquait que tous les médias importants se sont prononcés en faveur du bouclier antimissile, alors que 75 p. 100 des Canadiens sont contre, et cela pose problème.

Il y a également cette tendance, dans tous les médias, de rechercher l'histoire. Il y a une sorte de boulimie à l'heure actuelle sur le problème des élections et je dois dire que l'un des journaux qui en parlent le plus à l'heure actuelle est le *Times & Transcript* de Moncton. C'est devenu une colonne à la une et on est le 13 avril. L'éditorial insiste lourdement sur la question. « Il est temps de changer » et puis, il y a un autre article, « Les libéraux manquent de moralité ». « C'est l'heure des élections ». Et le numéro du 14 avril se termine avec l'article intitulé « Il est temps de laisser les gens se prononcer ». « Nous disons que le Parti libéral et le gouvernement actuel n'ont plus d'autorité morale pour continuer de gouverner. Il est temps, de nouveau, de poser la question aux gens ».

Le projet de loi C-24 a changé le financement des élections en 1999. Entre les articles comme ceci et M. Harper, ils sont en train de dire « Eh bien, peu importe, de toute façon nous ne payons plus pour cela. Ayons une autre election ». Je crois que c'était M. Schopenhauer, le philosophe, qui a inspiré Freud, et Freud l'a transformé en boubier :

Dans la résistance de la volonté à permettre ce qui lui est contraire d'être examiné par l'intellect, se trouve l'endroit auquel la folie peut déferler sur l'esprit.

C'est ce qui se passe actuellement dans les médias, qui réclament des élections. Je suis heureux que nous ayons ici des médias avec lesquels on peut communiquer, et j'ai d'ailleurs eu récemment l'occasion de remettre en cause un éditorial du *Globe and Mail* qui parlait du juge Iacobucci. J'ai dit que cet éditorial ne rendait pas justice à M. Iacobucci — je ne dis pas cela à la blague — parce qu'il décrivait mal sa situation individuelle, et le rédacteur en chef adjoint a effectivement admis que cet éditorial avait provoqué une vive controverse. Le problème, c'est que le *Globe and Mail* dirigé par M. Thorsell est un peu à droite. Le nouveau personnel de rédaction en a fait un peu plus un quotidien de droite. Quoi qu'il en soit, je vais vous écrire.

La présidente : Merci. Il va falloir que vous le fassiez parce que je vais devoir vous interrompre.

M. Tobin : En effet, je voulais simplement...

La présidente : Non, excusez-moi, mais nous devons maintenant passer aux questions.

Le sénateur Munson : Si c'est comme cela, monsieur, je vais vous donner l'occasion de poursuivre. Vous vouliez encore dire une chose, et je ne vais donc pas vous poser de questions afin que, si vous voulez vous soulager le cœur, vous puissiez le faire. Les gens des médias sont quand même incroyables, n'est-ce pas? Ils me rendent enragé.

Mr. Tobin: Well, actually, I do not mind. I called the *National Post* a few weeks ago after reading the statements in two or three parts of the *National Post* of what Dale Orr of Global Insight had to say.

Senator Munson: You wanted to say something there. Go ahead.

Mr. Tobin: I got a call from Terrence Corcoran wanting to know why I called, and we had a little debate.

I want to say that the *National Post* seems determined to wipe out the CBC, which is the one place where I think you can find objective truth. I will just refer to two comments, one from Shelagh Rogers, who is a music person, that now, when she talks to the provinces, it is like she is talking to 10 different countries, and this has evolved from the creation of a Council of the Federation. I happen to be the one who in 1992 at the constitutional conference on institutional reform objected to a council of the federation, which was not Jean Charest's idea at all. It was the idea of Mel Smith of the Van Dusen era and Bill Bennett; that is where that came from. The council of the federation as proposed would have removed the Senate as the mediator between the provinces and the federal government; it was irrelevant then, and it is irrelevant now.

I think that is enough for now.

I wrote down my additional comments, because I sat down for three hours last night and never stopped writing about things that could be said about the media.

Senator Trenholme Counsell: Mr. Tobin, I think it would be wonderful if you wrote to us tomorrow, or Monday or Tuesday, to tell us what your reaction is to the coverage of these two historic speeches tonight — and they represent two very different points of view — by Mr. Martin and Mr. Harper. You could you let us know whether you think the coverage is fair or not.

Mr. Tobin: Sure.

The Chairman: Just write us a letter. It does not have to be an endless dissertation, but it would be nice to know what you think.

Mr. Tobin: Okay, because I think the freedom of expression in the Charter concerns not just what I say, it concerns what is said to me.

Senator Trenholme Counsell: We want to know what you think.

The Chairman: In the meantime, let me say how nice it is to hear a defender of the Senate. Thank you very much, Mr. Tobin.

Mr. Tobin: I have to say I caused Pierre De Bané and Ghislaine Dufour to do a high-five. As an ordinary Canadian, as I put on my form there, I was chosen to participate in those workshops on

M. Tobin : Eh bien en fait, cela ne me dérange pas. Il y a quelques semaines, j'ai téléphoné au *National Post* après avoir lu dans deux ou trois articles ce que Dale Orr ou Global Insight avait à dire.

Le sénateur Munson : Vous vouliez ajouter quelque chose, allez-y.

M. Tobin : Terrence Corcoran m'a téléphoné pour savoir pourquoi j'avais appelé et nous avons eu une petite discussion.

Je voudrais vous dire que le *National Post* semble résolu à balayer la Société Radio-Canada, le seul média selon moi qui donne la vérité objective. Je vais vous citer deux commentaires, le premier de Shelagh Rogers, une musicienne qui, lorsqu'elle parle aux provinces, fait comme si elle s'adressait à dix pays différents, et cela a évolué depuis la création d'un Conseil de la Fédération. Il se fait que c'est moi, qui en 1992, à l'occasion de la conférence constitutionnelle sur la réforme des institutions, m'étais opposé à l'idée d'un Conseil de la Fédération, ce qui n'était pas du tout l'idée de Jean Charest. C'était l'idée de Mel Smith, ce qui remonte à l'époque de Van Dusen et de Bill Bennett, c'est là que l'idée était née. Le Conseil de la Fédération tel qu'il avait été proposé aurait privé le Sénat de son rôle de médiateur entre les provinces et le gouvernement fédéral; le Sénat était déjà inutile alors et il l'est toujours aujourd'hui.

Je pense que cela suffira pour l'instant.

J'ai mis mes autres commentaires par écrit parce qu'hier soir, je me suis assis pendant trois heures à mon bureau et je n'ai pas levé la plume pour coucher sur le papier tout ce qui pouvait être dit au sujet des médias.

Le sénateur Trenholme Counsell : Monsieur Tobin, ce serait superbe si vous pouviez nous écrire demain, ou alors lundi ou mardi, pour nous dire ce que vous avez pensé de la diffusion de ces deux discours historiques ce soir — discours qui représentent deux points de vue bien distincts — prononcés par M. Martin et M. Harper. Vous pourriez nous dire si, à votre avis, les journalistes en ont parlé ou non avec objectivité.

M. Tobin : Certainement.

La présidente : Envoyez-nous simplement une lettre. Vous ne devez pas en faire une interminable dissertation, mais nous aimerions bien savoir ce que vous en pensez.

M. Tobin : Très bien, parce qu'à mon avis la liberté d'expression prescrite par la Charte concerne non seulement ce que je dis moi, elle concerne également ce qu'on me dit.

Le sénateur Trenholme Counsell : Nous aimerions savoir ce que vous pensez.

La présidente : En attendant, permettez-moi de vous dire que c'est toujours agréable d'entendre quelqu'un qui défend le Sénat. Merci beaucoup, monsieur Tobin.

M. Tobin : Il faut que je vous dise que c'est à cause de moi que Pierre De Bané et Ghislaine Dufour se sont fait l'accolade. Je suis un citoyen comme les autres, comme je l'ai écrit sur mon

Senate reform. I challenged Westerners to recognize that if they did not trust the politicians from Québec, they should at least trust the people of Québec.

The Chairman: Good for you. What a lovely closing line. Thank you, Mr. Tobin.

Our next presenter, senators, is Mr. Charles LeBlanc.

Mr. Charles LeBlanc, as an individual: I just want to apologize. I am what you call a blogger, so I was in and out on the computer down there. There are a hundred people outside who want to know what is going on.

I have a point of concern before I start. About a month ago, two months ago, I said that I wanted to make a presentation. In the past, I have made presentations in front of standing committees in New Brunswick. They told me yesterday I only have four minutes. I was not allowed to make a presentation like everybody else. Could you tell me why?

The Chairman: Essentially, sir, the problem is we only have a little over a day and a half here. We would like to have more time; we would like to have a week, but we do not.

Mr. LeBlanc: Who chose these people?

The Chairman: The steering committee of the Transport and Communications Committee has spent a long time looking at the long list of possible witnesses, and I am very sorry if you feel you have not been treated justly, but we are doing the best we can.

Mr. LeBlanc: I just wanted to go on record because I was told this morning that people in B.C. had four minutes, and also in New Brunswick. You cannot compare the population of New Brunswick to B.C. There are more media, more newspapers in B.C. than here. Here we have a major problem.

But I have ADHD, attention deficit hyperactive disorder. I like to take my time on issues, but this morning I apologize for the way I am. I hitched a ride from Fredericton. Sorry, I should take my hat off, but I hitchhiked from Fredericton to be here. I just want to go on record that I have been, as the senator from Sackville knows, very outspoken. I am the most outspoken citizen in this province on this issue. I will try to relax so I can concentrate on the issue at hand, but I only have four minutes.

The Chairman: I will give you five minutes, how is that?

Mr. LeBlanc: Thank you very much.

The Chairman: Because you hitchhiked all the way here.

formulaire, et c'est à ce titre que j'ai été choisi pour participer à ces ateliers sur la réforme du Sénat. J'avais mis les gens de l'Ouest au défi d'admettre que s'ils ne faisaient pas confiance aux politiciens québécois, il faudrait à tout le moins qu'ils fassent confiance au peuple du Québec.

La présidente : Bravo! Quelle belle conclusion! Merci, monsieur Tobin.

Notre prochain invité, sénateurs, est M. Charles LeBlanc.

M. Charles LeBlanc, à titre personnel : Je vous prie d'abord de m'excuser. Je suis ce qu'on appelle un blogueur et j'étais plus moins concentré sur cet ordinateur. Il y a une centaine de personnes à l'extérieur qui veulent savoir ce qui se passe ici.

Avant de commencer, je voudrais évoquer une question qui me préoccupe. Il y a un ou deux mois, j'ai dit que je voulais intervenir ici. J'ai déjà fait des exposés devant des comités permanents au Nouveau-Brunswick. Hier, on m'a dit que je n'aurais que quatre minutes. On ne me permet pas de faire un exposé comme les autres. Pouvez-vous me dire pourquoi?

La présidente : Le problème essentiel, monsieur, c'est que nous pouvons tout juste passer un jour et demi ici. Nous aimerions avoir plus de temps, une semaine, par exemple, mais ce n'est pas le cas.

M. LeBlanc : Qui choisit les personnes autorisées à faire un exposé?

La présidente : Le comité directeur du Comité des transports et des communications a longuement étudié la liste complète des témoins éventuels et je suis sincèrement désolé si vous avez le sentiment de ne pas avoir été traité équitablement, mais nous faisons de notre mieux.

M. LeBlanc : Je voulais dénoncer publiquement cette situation, car j'ai appris ce matin que la population en Colombie-Britannique avait eu quatre minutes, et que c'était la même chose au Nouveau-Brunswick. On ne peut pas comparer la population du Nouveau-Brunswick à celle de la Colombie-Britannique. Il y a davantage de médias et de journaux en Colombie-Britannique qu'ici. Ici, nous avons un problème majeur.

Mais par ailleurs, je souffre d'un trouble déficitaire de l'attention. J'aimerais prendre mon temps pour m'exprimer, ce matin, vous m'excuserez pour la façon dont je me présente. Je suis venu sur le pouce de Fredericton. Excusez-moi, je devrais ôter ma casquette, mais je suis venu sur le pouce de Fredericton. Je voudrais dire publiquement que comme le sait le sénateur de Sackville, j'ai mon franc parlé. Je suis le citoyen de la province qui s'exprime le plus sur cette question. Je vais essayer de me détendre et de me concentrer sur la question, mais je n'ai que quatre minutes.

La présidente : Si je vous donne cinq minutes, est-ce que cela vous va?

M. LeBlanc : Oui, merci beaucoup.

La présidente : Parce que vous êtes venu sur le pouce.

Mr. LeBlanc: I hitchhiked, yes, and believe me I had to listen to two writers who were complaining about what I am talking about. They agree with me 100 per cent.

Okay, here we go and I will try to put in everything I can. I hate to rush, but when I was told yesterday, four minutes, I said, "Oh my God, that is almost impossible."

I was born in Memramcook. I lived in Saint John for 18 years. I have worked at the Irving shipyard and I am now living in Fredericton. I started to write letters to the editor of *l'Évangéline*, which is a French paper, and I enjoy writing. I enjoy spreading my views to other people. I have a column in the *River Valley News*. Maybe it has not been bought yet by the Irvings, I do not know why. Maybe the Irvings know what is going on through this paper. That is why they are not buying it. I am allowed to write anything I want. I will leave you a copy. It is a biweekly paper that is now owned by Irving.

During the frigate program issue, I was very well known in Saint John for writing letters to the editor. I wrote and had printed 500 letters to the editor. Not too many people in this province can say that. If I wrote letters supporting the Irvings, they would turn around and say, "Oh, what a suck-up." If I wrote against them, they would say, "Hey, don't you know who your boss is?" Well, I could have written on both sides, but I had the right to condemn the Irvings, had the right to praise the Irvings.

Then something happened. I was working for a company and I had a protest going on in front of the Golden Ball, and the next thing you know there was a story in the *Evening Times-Globe* stating that Charles LeBlanc was fired three times. That was not true, and they allowed me to write a short letter to the editor, but the damage had already been done in terms of Saint Johners knowing the truth. That is how the Irvings run it.

We heard a lot about Jamie Irving. Jamie Irving is a nice kid. I met Jamie, a very nice guy. When I found out he was the editor, the publisher, of the *Kings County Record* — I am talking fast because I only have four minutes and there are some many issues — I said "Okay, he is a good kid." Then I walked through McAllister Place and saw a picture on the *Kings County Record*, "J.D. Irving Sawmill record production." It was on the front page of the *Kings County Record* and should have been in the workplace. What was it doing on the front page of the *Kings County Record* that J.D. Irving Sawmill produced record products?

Then there was a big pollution spill in West Saint John on Christmas Day. I wrote a letter to the editor about it. It was denied. I do not know what was going on. There were changes made. I made a complaint to the Atlantic Press Council, and Ken Sims from Halifax was surprised when I told him I wrote 500 letters to the editor. He said, "500? My God, there is a procedure here. Then suddenly they stop. We will investigate this." Peter Haggert, who is from Ontario, and the publisher of the *Telegraph-Journal*, called me and said, "We will not print critical letters of the Irvings by former employees." I turned

M. LeBlanc : Oui, je suis venu sur le pouce, et croyez-moi, j'ai dû écouter deux auteurs qui se plaignaient du sujet dont je vais parler. Ils étaient totalement d'accord avec moi.

Alors voilà. Je vais essayer d'en dire le plus possible. Je n'aime pas bousculer les choses, mais quand on m'a dit hier que je n'aurais que quatre minutes, j'ai dit : « Oh mon Dieu, mais c'est presque impossible. »

Je suis né à Memramcook. J'ai vécu à Saint John pendant 18 ans. J'ai travaillé au chantier Irving et j'habite maintenant à Fredericton. J'ai commencé à écrire au rédacteur en chef de *l'Évangéline*, un journal francophone et j'aime beaucoup écrire. J'aime beaucoup faire part de mon point de vue aux autres. J'ai une colonne dans le *River Valley News*. Il n'a pas encore été acheté par les Irving. Peut-être ne connaissent-ils pas le contenu de ce journal. C'est pour cela qu'ils ne l'achètent pas. Je peux y écrire tout ce que je veux. Je vous en laisse un exemplaire. C'est un bihebdomadaire qui appartient désormais à Irving.

À l'époque de la polémique sur le programme des frégates, je me suis rendu célèbre à Saint John par mes lettres au rédacteur en chef. J'en ai envoyées 500, qui ont été publiées. Peu d'habitants de cette province peuvent en dire autant. Si je me prononçais en faveur des Irving, ils me traitaient de lèche bottes. Si je me prononçais contre eux, ils me disaient : « Vous ne savez pas qui est le patron ici? » Je pouvais me prononcer dans un sens ou dans l'autre, car j'avais le droit de critiquer les Irving et j'avais aussi le droit de les louer.

Ensuite, il s'est produit un incident. Je travaillais pour une société et je protestais devant la taverne Golden Ball; peu de temps après, il y a eu un article dans le *Evening Times-Globe* où on disait que Charles LeBlanc avait été licencié trois fois. Ce n'était pas vrai, et on m'a permis d'envoyer une courte lettre au rédacteur en chef, mais le mal était fait, les habitants de Saint John ne connaissaient pas la vérité. Voilà comment les Irving s'y prennent.

On a beaucoup entendu parler de Jamie Irving. C'est un gentil garçon. Je l'ai rencontré, c'est un très gentil garçon. Lorsque j'ai appris qu'il était rédacteur en chef et éditeur du *Kings County Record* — je parle vite parce que je n'ai que quatre minutes et j'ai bien des choses à dire — j'ai dit : « Bien, c'est un gentil garçon. » Ensuite, en passant par McAllister Place, j'ai vu une photo dans le *Kings County Record*, avec la légende suivante : « Production record à la scierie de J. D. Irving ». Mais c'était en première page du *Kings County Record*, alors que cela ne concernait que le milieu de travail. Pourquoi disait-on en première page du *Kings County Record* que la scierie J.D. Irving avait atteint une production record?

Ensuite, il y a eu l'énorme déversement dans Saint John Ouest le jour de Noël. J'ai écrit à ce sujet au rédacteur en chef. Ma lettre a été refusée. Je ne sais pas ce qui s'est passé. Des changements ont été apportés. J'ai porté plainte auprès du Conseil de presse de l'Atlantique, et Ken Sims, d'Halifax, a été surpris lorsque je lui ai dit que j'avais envoyé 500 lettres au rédacteur en chef. Il a dit : « 500? Mon Dieu, mais il se passe quelque chose. On a cessé de publier ces lettres. Nous allons faire enquête ». Peter Haggert, de l'Ontario, qui est l'éditeur du *Telegraph-Journal*, m'a appelé un jour pour me dire : « Nous ne publions pas les lettres d'anciens

around and said, "Okay, so that means if there are 6,000 people in the shipyard who are former employees, they cannot write letters to the paper." Then when I wrote a letter to the *Evening Times-Globe*, I was told, "We have to investigate what you wrote." I said, "Investigate? I wrote 500 letters to the editor. Why do you suddenly have to investigate?"

In the summer of 2003, Peter Haggert from the *Telegraph-Journal* wrote a column to tell the readers, "We will only print one letter by one writer on any issues once a month." I was shocked. Now they are stopping people from writing letters to the paper. Three weeks later, they announced that Saint John Shipbuilding was closed. Those three regular writers who wrote about the shipyard had their say, and then they had to wait a whole month. That is not right. New Brunswickers' rights are being denied, and that is what I am very concerned about.

In the summer of 2003, I decided to set up a tent in front of the legislature and I was protesting against the use of Ritalin for ADHD, against young kids, five years old, being forced to take these drugs, and the next thing you know, it took 50 days for the press, the *Daily Gleaner*, to cover this story. The Irving press never covered this story.

We are not talking about a tent in a cow field. It was in front of the legislature. The citizens of Fredericton — I am sorry I am talking so fast — were wondering, "How come we have never seen this in the *Gleaner*?" It took 50 days. Suddenly, they stole my tent. To make a long story short, I got good coverage in the end, but it took 50 days.

I turned around and came here to Champlain Place to collect names for my petition. I collected 10,000 signatures and the Acadians, les Acadiens, knew who I was because *l'Acadie Nouvelle* covered this story. The *Moncton Transcript* never did — the English side. This is what I am talking about.

The Chairman: I do not like having to cut anybody off.

Mr. LeBlanc: It is a shame.

The Chairman: I do not like it; we do not like it. However, you are not the only one we need to hear from.

Mr. LeBlanc: No, I made a presentation.

Senator Trenholme Counsell: Mr. LeBlanc, I think there is no doubt that in the end, you have made a very important point about Ritalin and ADHD. I know you as a person who has taken a strong, valid and important position on ADHD. Do you feel satisfied in the end? It is like it was for Terry Fox; you do not get recognition right away. Do you feel now that you have achieved your goal?

Mr. LeBlanc: No, I understand your question, but as I said, I had to speak so fast. It had nothing to do with whether I reached my goal on Ritalin. My goal is freedom of speech; that is the problem. Frank McKenna came to see me when I was protesting. I met him in Fredericton. I have known him for a long time. He

employés qui critiquent les Irving ». J'ai répondu : « Très bien; cela veut dire que 6 000 employés des chantiers navals n'ont pas le droit d'écrire au journal. » J'ai ensuite écrit au *Evening Times-Globe* et on m'a dit : « Nous devons faire enquête sur ce que vous avez écrit. » J'ai dit : « Faire enquête? J'ai écrit 500 lettres au rédacteur au chef. Pourquoi faudrait-il maintenant que vous fassiez enquête? »

À l'été 2003, Peter Haggert, du *Telegraph-Journal*, a écrit un article pour dire aux lecteurs : « Nous ne publierons qu'une lettre par auteur par mois sur un sujet quelconque. » J'ai été offusqué. Maintenant, on empêche les gens d'envoyer des lettres au journal. Trois semaines plus tard, on a annoncé la fermeture du chantier naval de Saint John. Les trois auteurs qui écrivaient des articles sur le chantier naval pouvaient s'exprimer et du jour au lendemain, ils ont dû attendre tout un mois avant d'écrire un nouvel article. Ce n'est pas juste. Les droits des Néo-Brunswickois sont bafoués, et c'est précisément ce qui me préoccupe.

À l'été 2003, j'ai décidé de monter une tente devant l'assemblée législative en signe de protestation contre l'utilisation du Ritalin pour traiter le trouble déficitaire d'attention chez les enfants de cinq ans, que l'on oblige à prendre ce médicament; il a fallu attendre 50 jours avant que la presse, en l'occurrence le *Daily Gleaner*, consacre un article à ce problème. La presse Irving n'en a jamais parlé.

Ce n'était pas une tente montée dans un pâturage. Elle était devant l'assemblée législative. Les citoyens de Fredericton — vous m'excuserez de parler si vite — se demandaient pourquoi le *Gleaner* n'en avait jamais parlé. Il a fallu attendre 50 jours. Ensuite, je me suis fait voler ma tente. Bref, j'ai fini par avoir un bon article, mais au bout de 50 jours.

Puis je suis venu à Champlain Place pour faire signer ma pétition. J'ai recueilli 10 000 signatures. Les Acadiens me connaissaient, parce que *l'Acadie Nouvelle* avait parlé du problème. Du côté anglophone, le *Moncton Transcript* n'en a jamais parlé. Voilà ce que je voulais dire.

La présidente : Je n'aime pas couper la parole à qui que ce soit.

M. Leblanc : C'est une honte.

La présidente : Je n'aime pas cela, nous n'aimons pas cela. Malheureusement, vous n'êtes pas le seul que nous devons entendre.

M. Leblanc : Non, j'ai un exposé.

Le sénateur Trenholme Counsell : Monsieur Leblanc, il est certain qu'en définitive, vous vous êtes très bien exprimé sur le Ritalin et le trouble déficitaire de l'attention. Je connais votre prise de position très solide sur le trouble déficitaire de l'attention. Êtes-vous satisfait en définitive? C'est comme dans le cas de Terry Fox : on ne peut pas obtenir immédiatement la reconnaissance. Pensez-vous avoir atteint votre objectif?

M. Leblanc : Non, je comprends votre question, mais comme je l'ai dit, je parle trop vite. Il ne s'agit pas de savoir si j'ai atteint mon but à propos du Ritalin. Mon but est la liberté d'expression; voilà le problème. Frank McKenna est venu me voir lorsque je protestais, je l'ai rencontré à Fredericton. Je le connais depuis

came to me and said, "Charles, how come we have not seen any letters from you lately?" It is freedom of speech. I do not want to compare the Irvings in this province to Germany. We do not go around executing people. However, do not forget, when Hitler took power, he took power over the media.

The media here, they call it Brunswick News, is "Irving News." On my issue of Ritalin, did I succeed? I do not know, but this is not the point. The point is that people, New Brunswickers, be allowed freedom of speech; they are being denied it big time.

Like I said, I wish I could have made my presentation in whole. We were talking about advertising. I heard one person from the *Telegraph-Journal* say, "If you do not pay your bills, we own all the newspapers." I am just trying to answer a question and get some more time here.

The Irvings gave St. Thomas University \$1 million to study journalism, to train journalists. Why did the Irvings give \$1 million to St. Thomas and l'Université de Moncton? These people, when they graduate, will not write critical stories about the Irvings. It is freedom of speech.

The Chairman: Mr. LeBlanc, I will give Senator Munson a chance to ask a question if he wants to, but I will also ask you, because we are running out of time — and you do a blog so you know how to email — if you could please send us a letter outlining your difficulties. In the meantime, I will undertake tomorrow, when we have representatives of Brunswick News here, to ask if they have a written policy on letters to the editor.

Senator Munson: If there is another message you want to give us, I would certainly accept that.

Mr. LeBlanc: I really appreciate that. One thing that I was concerned about is that during the 1997 federal election, J.K. Irving wrote a letter to the editor and it was printed on the front page. I did not know what was going on, but maybe it was good, because Paul Zed lost. Maybe that is why he lost, because J.K. Irving told the public to vote for his son-in-law, but we will never know. The question is still there.

I was allowed, a week later, to condemn J.K. and his letters to the editor, and I have seen him face to face. Trust me, he just looked at me and said, "I own the paper and I will put the damn letter anywhere I want to." That is his point. However, the bottom line is, personally, I respect the Irvings. J.D. Irving, J.K. Irving's son, is totally out of control. It is like Mr. Burns on *The Simpsons*. "I will crush you with my bare hands."

The Chairman: Thank you, Mr. LeBlanc. You made your point to us here.

Mr. LeBlanc: My blog is Charles LeBlanc, ADHD.

The Chairman: Thanks very much.

longtemps. Il est venu me voir et il m'a dit : « Charles, comment se fait-il qu'on ne voit plus vos lettres depuis quelques temps? » C'est un problème de liberté d'expression. Je ne veux pas comparer les Irving dans cette province aux nazies en Allemagne. Ici, il n'y a pas d'exécution capitale. Mais n'oublions pas que lorsque Hitler a pris le pouvoir, il s'est emparé des médias.

Les médias ici, qu'on appelle Brunswick News, se sont en fait les « Irving News ». Est-ce que j'ai pu m'exprimer sur le Ritalin? Je ne sais pas, mais là n'est pas la question. Le problème, c'est la liberté d'expression pour le gens du Nouveau-Brunswick; on la leur refuse.

Encore une fois, j'aurais aimé présenter mon exposé au complet. On parlait tout à l'heure de publicité. J'ai entendu quelqu'un du *Telegraph-Journal* qui disait : « Si vous ne payez pas vos factures, nous possédons tous les journaux. » J'ai simplement essayé de répondre à une question et d'obtenir un peu plus de temps.

Les Irving ont donné un million de dollars à l'Université St. Thomas pour les études en journalisme, pour former des journalistes. Pourquoi les Irving ont-ils donné un million de dollars à l'Université St. Thomas et à l'Université de Moncton? Lorsque les étudiants seront diplômés, ils éviteront de critiquer les Irving. C'est une question de liberté d'expression.

La présidente : Monsieur LeBlanc, je vais permettre au sénateur Munson de vous poser une question s'il souhaite le faire, mais comme nous manquons de temps — et vous avez un blogue, vous savez donc comment envoyer un courriel — je voudrais vous demander de nous envoyer une lettre dans laquelle vous exposerez vos difficultés. Dans l'intervalle, lorsque nous allons accueillir demain des gens du Nouveau-Brunswick, je leur demanderais s'ils ont une politique bien définie sur les lettres au rédacteur en chef.

Le sénateur Munson : Si vous avez un autre message à nous soumettre, je vous invite à le formuler.

M. LeBlanc : Je vous en remercie. Il y a une chose qui me préoccupe; pendant les élections fédérales de 1997, J.K. Irving a envoyé une lettre à la rédaction, qui a été publiée en première page. Je ne sais pas ce qui s'est passé, mais le résultat a peut-être été positif, parce que Paul Zed a été battu. Peut-être est-ce que parce qu'J. K. Irving a invité la population à voter pour son gendre, on ne le saura jamais. La question reste posée.

Une semaine plus tard, on m'a permis de condamner J. K. et ses lettres à la rédaction, et je me suis trouvé face à face avec lui. Croyez-moi, il m'a regardé et il m'a dit : « le journal m'appartient et je publierais la lettre comme je veux. » Voilà son opinion. Pourtant, en définitive, je respecte les Irving. J. D. Irving, le fils de J. K. Irving, est totalement incontrôlable. C'est comme M. Burns dans *Les Simpsons* : « Je vais t'écraser de mes propres mains ».

La présidente : Merci, monsieur LeBlanc. Vous vous êtes bien fait comprendre.

M. LeBlanc : Mon blogue est Charles LeBlanc, ADHD.

La présidente : Merci beaucoup.

[Translation]

I would now invite Mr. Gilles Haché.

Mr. Gilles Haché, *Le Moniteur acadien*, as an individual: Madam Chair, I am the owner of the *Moniteur Acadien*. I believe that we are a rare breed in New Brunswick, that is, an independent newspaper in the southeastern part of the province.

The Chair: Is it a weekly?

Mr. Haché: Yes, in the southeastern part of New Brunswick. When I bought *Le Moniteur* eight years ago, I had a competitor in Kent county. My operations are in Westmorland county. My competitor received a grant of \$145,000 from the Department of Human Resources and Development to increase his coverage and thus to penetrate my area. When I bought the paper, I had a circulation of 5,000 copies, whereas his was of 30,000 copies. After nine months, my competitor went bankrupt, so the Irving Group stepped in and took control of the paper, but not that paper since it closed down, but it launched other papers with a circulation of 30,000 as well.

At the time, they covered the entire territory. But they have now split in two. There is the *Étoile du Sud-Est* et the *Étoile de Kent*. I am more or less stuck between both. I have a circulation of 5,000 copies. I cover my costs. What I find hard is working with a paper which is not really a paper at all. I say it is not a paper because it is simply used to put the flyers into bags. When you get it, it is used as a cover to put into the bags.

The Chair: It is what we call a “shopper” in good French.

Mr. Haché: Yes, a “shopper”. They do not cover town assemblies, they just write about certain people. However, I think the main point to their existence is to sell advertising space, because when cutbacks are made at the paper, they let the reporters go first. So we wonder what their motives may be, is it to cover the news or to sell advertising space? I think it is the latter.

Another point concerns prices. It is not normal that they sell their papers at the same price I sell mine because their circulation is three times higher than mine. Their price should be much higher. Though often they compete against me with lower prices.

I had made a booklet for an economic council in New Brunswick, but I wanted to distribute it in Kent. The Irving Group also controls the ad bags, Public-sac, and I had asked them to put the booklet into the ad bag, and they said yes and asked me to send it to the *Times & Transcript*, which also belongs to the Irvings. When they opened the bag, they said “we cannot include it, there is advertising”. I said “yes, I know, that is why I want it in the bag and why I do not want to insert it in the *Étoile*”, which is the Kent paper. They told me that both papers belonged to them. So I had to take back my copies, fold everything and put everything in the mail, which cost me three times as much.

[Français]

J'invite maintenant M. Gilles Haché.

M. Gilles Haché, *Le Moniteur Acadien*, à titre personnel : Madame la président, je suis le propriétaire du *Moniteur Acadien*. Je pense que nous sommes une espèce rare au Nouveau-Brunswick, un journal indépendant dans le sud-est.

La présidente : Est-ce un hebdomadaire?

M. Haché : Oui, dans le sud-est du Nouveau-Brunswick. Lorsque j'ai acheté *Le Moniteur*, il y a huit ans, j'avais un compétiteur dans le comté de Kent. Je diffuse dans le comté de Westmorland. Mon compétiteur a reçu une subvention de 145 000 \$ du ministère des Ressources humaines et du développement pour agrandir sa couverture et ainsi s'infiltrer dans ma région. Lorsque j'ai acheté, j'avais 5 000 copies, alors que lui me faisait concurrence avec 30 000 copies. Mon compétiteur, après neuf mois, a fait faillite, alors le Groupe Irving a pris le contrôle du journal, pas ce journal puisqu'il a fermé, mais il en a lancé d'autres à 30 000 copies aussi.

À l'époque, ils couvraient tout le territoire. Ils sont maintenant divisés en deux. Il s'agit de l'*Étoile du Sud-Est* et de l'*Étoile de Kent*. Je suis en quelque sorte coincé entre les deux. J'ai une circulation de 5 000 copies. Je fais mes frais. Ce que je trouve difficile, c'est de travailler avec un journal qui n'est pas vraiment un journal. Moi, je dis que ce n'est pas un journal parce qu'il sert à mettre les prospectus dans les sacs. Quand tu le reçois, c'est lui qui sert de couverture pour le mettre dans des sacs.

La présidente : Ce qu'on appelle un « shopper », en bon français.

M. Haché : Oui, un « shopper ». Ils ne couvrent pas les assemblées municipales, c'est juste des chroniques sur certaines personnes. Par contre, je pense que c'est leur intérêt principal d'aller chercher de la publicité, car lorsqu'ils font des coupures au niveau du journal, ils coupent les journalistes d'abord. On se questionne alors sur leurs intentions, est-ce de couvrir la nouvelle ou avoir de la publicité? Je pense que c'est juste la publicité.

Un autre point concerne les prix. Ce n'est pas normal qu'ils aient les mêmes prix que moi lorsqu'ils ont trois fois plus de tirage. Ils devraient avoir un prix beaucoup plus élevé. Souvent, ils me font concurrence avec des prix moindres.

J'avais fait un cahier pour un conseil économique au Nouveau-Brunswick, mais je voulais le livrer dans Kent. Le Groupe Irving contrôle aussi les sacs publicitaires, *Publi-sac*, et j'avais demandé d'insérer ce cahier dans le sac, ils m'ont répondu dans l'affirmatif et m'ont demandé de l'envoyer chez le *Times & Transcript*, qui était aussi du Groupe Irving. Lorsqu'ils ont ouvert le sac, ils ont dit « on ne peut pas le passer, il y a de la publicité dedans ». Je leur ai répondu que « oui, je sais, c'est pour ça que je le passe dans le sac et que je ne le passe pas dans l'*Étoile* », qui était le journal de Kent. Ils m'ont répondu que les deux journaux leur appartenaient. J'ai dû reprendre mes copies, tout plier, et mettre tout cela à la poste et cela m'a coûté trois fois le prix.

The Irving Group controls everything. Their advantage is that apart from the profits they make with their newspaper, they sell the paper and distribute it in the bag. They make money at every stage. They have a \$20 million press, and the more they use it, the more economical it is. That is why they make more money than us with lower costs. Since I bought the paper, I have not really been able to improve it or increase circulation. I have to stick to the shore because I cannot venture out into choppy waters, since that is where they make part of their money.

Allow me to give you another example. When I worked for the *Acadie Nouvelle*'s printing shop, we printed a car magazine called *Auto Sellers*; and in order to be allowed to sell the magazine through Irving convenient stores, we had to use Irving paper. That meant that if, for example, we normally bought Bowater paper, we would have to buy Irving paper to print the magazine. It is this sort of control over our activities which irritates us and puts us in a difficult situation.

I would like to make one last point. In the Madawaska region, there used to be two newspapers in competition with one another, *Madawaska* and *Info Week-End*. The Irving group bought over *Madawaska* and subsequently launched a weekender called *République* to drive *Info Week-End*, an ads-bag circulated paper, out of the market. They launched a paper similar to *Info Week-End*; that is what they do, they create competition and then slowly squeeze the life blood from their competitors. It is all of that which makes things difficult; they are putting us under constant pressure.

The Chairman: Thank you, Mr. Haché.

[English]

Senator Munson: Is there anything else you would like to add to that, because I know this four-minute time limit seems to be tight for everybody?

The Chairman: It is rough.

M. Haché: No, I am done.

Senator Munson: However, you are having a difficult time competing?

M. Haché: Yes.

Senator Munson: In the present climate that you work and live in?

[Translation]

Mr. Haché: The arrival of another paper on the market does not lead to people placing more advertisements. I live in Shédiac, and my problem is that in the summer people do not place advertisements, because there are a lot of tourists and everyone is operating at full capacity; However, nor do they place advertisements in winter, because everything is shut. We have to find other funding sources, or other means of bringing in money.

Le Groupe Irving contrôle tout. Leur avantage c'est qu'en plus des profits avec le journal, ils vendent le papier et ils le distribuent dans le sac. Ils font tous les profits sur toute la ligne. Ils ont une presse de 20 millions de dollars et plus ils la font rouler, plus c'est rentable pour eux. Ce sont les moyens qu'ils ont pour arriver à faire des profits avec des coûts moindres que les nôtres. Depuis que j'ai acheté, je n'ai pu vraiment agrandir mon territoire ou l'améliorer. Je suis obligé de naviguer le long de la côte parce que je ne pouvais pas aller trop dans les grosses vagues, parce qu'ils prennent une partie des revenus à ce niveau.

J'ai un autre exemple. J'ai travaillé pour *L'Acadie Nouvelle*, à l'imprimerie puis pour *Auto Sellers*, qui est un magazine d'autos imprimé chez nous, et pour pouvoir les distribuer dans les dépanneurs Irving, il fallait utiliser le papier Irving, ce qui fait que si on achetait de Bowater par exemple, il fallait acheter du papier Irving pour l'imprimer. C'est ce contrôle, qui nous agace et qui nous met dans une situation difficile.

J'aimerais faire un dernier point. Dans la région de Madawaska, il existait le *Madawaska* et *Info Week-End* qui étaient deux concurrents. Le Groupe Irving a acheté le *Madawaska*, puis il a lancé le *République*, un hebdomadaire de fin de semaine, pour fermer l'*Info Week-End*, qui avait une distribution de sac. Ils ont lancé un journal du même type. Disons qu'ils font une compétition, puis ils veulent faire mourir les autres à petit feu. C'est tout cela qui est difficile et je pense qu'ils ne nous laissent pas respirer dans notre domaine.

La présidente : Je vous remercie, monsieur Haché.

[Traduction]

M. Munson : Avez-vous quelque chose à ajouter, car je sais que cette limite de quatre minutes est difficile pour tout le monde?

La présidente : C'est très difficile.

M. Haché : Non, j'ai terminé.

Le sénateur Munson : Cependant, la concurrence est féroce, n'est-ce pas?

M. Haché : Oui.

Le sénateur Munson : Dans le climat que vous connaissez actuellement?

[Français]

M. Haché : L'arrivée d'un autre journal n'incite pas les gens à mettre plus de publicité. Le problème que j'ai, c'est que je demeure à Shédiac, et l'été les gens n'annoncent pas parce que tout est plein, parce qu'il y a beaucoup de touristes, puis l'hiver, ils n'annoncent pas parce que tout est fermé. Il faut trouver d'autres sources de financement ou d'autres idées pour pouvoir aller chercher de l'argent dans ce domaine.

The Chairman: I have two questions for you. Am I right in thinking that if you wish to sell your newspaper through Irving convenient stores, that is to say through their gas stations, you have to buy Irving newsprint?

Mr. Haché: I was not speaking about my own newspaper; it was what we had to do for one of the magazines we printed when I was working for a printing shop, that is why I know about it. They had to use Irving paper if they wanted to be able to sell their magazine.

The Chairman: And when you say that they seek to eliminate the competition, is that a supposition that you are making, or have you seen them take measures to that effect? Have they admitted that this is their objective?

Mr. Haché: Allow me to give you an example. It is the case of a woman who worked at the paper and who took maternity leave. During her absence, the employer took on another employee to further weaken the woman's position. That is another thing which annoys me.

The Chairman: I understand, but are you getting by?

Mr. Haché: Yes. I have been managing for the past seven years; I am not rich, but neither am I poor.

The Chairman: Thank you very much. Our next witness is Mr. Claude Bourque. Welcome, Mr. Bourque.

Mr. Claude Bourque, as an individual: Madam Chairman, I was chief editor and director of the daily newspaper *Évangéline* in the 1970s, and following that I was news editor and regional director of French services at Radio-Canada for the Atlantic provinces.

I would like to make a general observation. I think that it is important to bear in mind that the face of journalism has radically changed. For the past 30 years, journalists were the public's only source of information; however, nowadays, journalists' lives have been greatly complicated by the communications industry and government as well as private sector communications officers. This is something which must be kept in mind; it is complicated, and I do not want to get into the details.

I think that our situation in New Brunswick is truly unique. For 20 years, some 20 to 25 years after the Davy Commission, calm reigned in the Irving press empire; however, over the past five to ten years, we have noted a radical change in the market and the emergence of trends which are worrying for Acadians. Until now, the Irving empire were not active in the French-speaking press; however, their tentacles are today slowly reaching for the daily newspaper *Acadie Nouvelle*.

Although the committee's intentions are noble, I do not believe that you have much room to maneuver on the issue of media concentration and the Irving Group. We have seen what has happened over the past 30 years. I would like to stress how important it is that you do not simply step back and let things continue. It is all very well to say that governments should never get involved, but that is simply not true. You have to consider

La présidente : J'ai deux questions à vous poser. Vous dites que pour mettre votre journal dans les dépanneurs Irving, c'est-à-dire dans les postes à essence, il faut acheter du papier journal Irving?

M. Haché : Je ne parlais pas de mon journal. À l'époque je travaillais pour un imprimeur et c'était le cas d'un magazine qu'on imprimait, c'est pour cela que je suis au courant de cette situation. Il leur fallait utiliser du papier Irving s'ils voulaient vendre leur magazine.

La présidente : Et quand vous dites qu'ils veulent tuer ou éliminer les concurrents, est-ce une déduction de votre part ou est-ce d'après leurs actions? Y a-t-il eu des déclarations quelque part ?

M. Haché : Par exemple, dans ce journal, il y avait une personne qui était en congé de maternité, et pendant ce temps, ils en ont profité pour aller chercher un autre employé pour l'affaiblir encore plus. C'est une autre chose que je trouve agaçante.

La présidente : Oui, mais vous, vous survivez?

M. Haché : Oui. Depuis sept ans, je ne suis pas riche, mais pas pauvre.

La présidente : Merci beaucoup. Notre prochain témoin est M. Claude Bourque. Je vous souhaite la bienvenue, monsieur Bourque.

M. Claude Bourque, à titre personnel : Madame la présidente, j'ai été rédacteur en chef et directeur du quotidien *l'Évangéline* dans les années 1970 puis j'ai été chef des nouvelles et directeur régional des services français de Radio-Canada dans les provinces de l'Atlantique.

J'ai une observation générale à faire. Je crois qu'il faut considérer que dans le domaine du journalisme, il y a eu une certaine explosion. Au cours des 30 dernières années, les journalistes étaient les seuls messagers alors que le monde des communications, des agents de communication tant gouvernementaux que pour toutes les industries, ont contribué à compliquer la vie des journalistes et il faudrait en tenir compte. C'est complexe et je ne veux pas m'attarder là-dessus.

Je crois qu'on vit au Nouveau-Brunswick une situation vraiment particulière. Pendant 20 ans, à peu près 20, 25 ans après la Commission Davy, il y a eu une période de tranquillité dans l'empire de presse des Irving, mais au cours des cinq à dix dernières années, on voit vraiment un développement du marché et il y a un phénomène inquiétant pour nous les Acadiens. Jusqu'à maintenant, ils n'étaient pas dans le marché francophone de la presse, et aujourd'hui ils sont en train de tranquillement encercler le quotidien *L'Acadie Nouvelle*.

Je crois que votre comité, c'est noble, mais je ne pense pas que sur la question de la concentration de la presse et sur le Groupe Irving, que vous ayez beaucoup de marge de manoeuvre. On l'a vu au cours des 30 dernières années. Je veux souligner qu'il est très important que vous n'acceptiez pas le laisser-faire. C'est beau de dire que les gouvernements ne doivent jamais s'impliquer, mais ce n'est pas vrai. C'est important que vous considériez le cas du

New Brunswick as being in a unique situation. The Irving empire publishes some good newspapers, but you have to look at the whole picture. They are the fish in a small pond, and there is not much room for anyone else.

I have two recommendations to make, the first of which pertains to CBC/Radio-Canada services. The government and CBC/Radio-Canada have to consider New Brunswick as an exception and increase the number of journalists, both for news and for current and public affairs, in order to guarantee diversity of opinion, as well as creating a ripple effect in order to create leveraging on the other media, and ensuring that information cannot be hidden.

My second recommendation concerns the trust fund used for distribution, which worries the representatives from *Acadie Nouvelle*. I see this as an example of how a government can act for the good of a community by funding distribution; by getting involved and setting up an independent trust fund. There may well be problems related to interest rates, but I believe that such an initiative is an example of how governments can act to minimize market forces. It is very important.

I hope that you will have a lot of questions for Ms. Marie-Linda Lord tomorrow morning on how the Irving Study Chair and newspaper program are managed. Their actions thus far have left me confused. The Irving group is in the process of buying and launching French-language newspapers, as well as trying to get its hands on our daily French-language paper and trying to work its way into the university's department of journalism. I understand the university's dilemma. An empire such as the Irving group is not only interested in corporate philanthropy, but in their own family and business interests. They may well be excellent business people, but you must keep media concentration in mind. CanWest would be far less problematic for New Brunswick, as it is not a family business. The Irving group's economic control in New Brunswick should worry not only the Senate but also, and even more so, the Government and the legislature of New Brunswick.

[English]

Senator Trenholme Counsell: I will speak in English because I do not want to be incorrect in what I say. I gather, from you and two or three others, there is currently a fear about the future of French-language written media in New Brunswick?

[Translation]

Is that currently a fear?

Mr. Bourque: It is not so much a fear, as a sense of foreboding. Acadians are worried of losing control of their weeklies and, eventually, of seeing the Irving group take control of their daily or launch another one to compete with it. Acadian history has shown that from the time *Renaissance Acadienne* became a newspaper, the press has always played an important role in the development of the Acadian people and in defending their

Nouveau-Brunswick comme unique. L'empire Irving, fait de bons journaux, mais il faut regarder l'ensemble. Ils sont dans un petit jardin et ils occupent presque toute la place.

J'ai deux recommandations à faire. D'abord, concernant les services de Radio-Canada anglais et français. Il faut que le gouvernement et la Société Radio-Canada considèrent le Nouveau-Brunswick comme un cas d'exception et qu'ils renforcent les effectifs journalistiques tant au niveau de la nouvelle, qu'au niveau des actualités et des affaires publiques afin d'assurer une diversité d'opinion, mais aussi un effet d'entraînement, qu'il y ait pour les autres médias un effet multiplicateur et qu'on ne puisse pas cacher des informations.

La deuxième recommandation concerne la question de la fiducie qui inquiète *L'Acadie Nouvelle* pour la distribution. Quant à moi, cela a été un exemple de comment un gouvernement peut agir pour le bien d'une communauté en finançant la distribution, en s'impliquant et en créant une fiducie indépendante et des fonds. C'est peut-être problématique à cause des taux d'intérêt, mais je crois que c'est un exemple de la façon dont des gouvernements peuvent agir pour corriger les forces du marché. C'est très important.

J'espère que demain matin vous poserez beaucoup de questions à Mme Marie-Linda Lord sur la gestion de la Chaire d'Étude Irving et du programme Irving vis-à-vis les journaux. Cela m'a laissé perplexe à ce stage-ci, parce que lorsqu'on est en train d'acheter et de créer des journaux francophones et d'encercler le quotidien francophone et que l'on persiste à vouloir s'implanter dans le département de journalisme à l'université, je comprends alors le dilemme de l'université. Le mécénat d'un groupe riche tel les Irving peut servir aussi les intérêts de la famille et du commerce. Ce sont des gens qui excellent en affaires, mais il faut regarder la concentration de la presse. CanWest ce serait beaucoup moins problématique au Nouveau-Brunswick, parce que c'est la famille. L'emprise économique du Groupe Irving au Nouveau-Brunswick, devrait préoccuper non seulement le Sénat, mais davantage le gouvernement et l'Assemblée législative du Nouveau-Brunswick.

[Traduction]

Le sénateur Trenholme Counsell : Je vais m'exprimer en anglais, car je ne veux pas faire d'erreur. D'après ce que vous dites et que deux ou trois autres ont dit, on s'inquiète actuellement pour l'avenir de la presse écrite de langue française au Nouveau-Brunswick, n'est-ce pas?

[Français]

Est-ce que c'est une crainte en ce moment ?

M. Bourque : Ce n'est pas une crainte, c'est une appréhension qu'ont les Acadiens de perdre le contrôle de leurs hebdomadaires et qu'éventuellement, le Groupe Irving pourrait contrôler le quotidien ou en fonder un autre pour faire concurrence. L'histoire des Acadiens nous enseigne qu'à partir du moment où *Renaissance Acadienne* est devenu un journal, la presse a toujours joué un grand rôle dans le développement du peuple

interests. That is why our unique situation must be taken into consideration; we need to control our means of communication, not necessarily all of them, but a daily newspaper is of significant importance, as our week-end papers, and that is why we are concerned by the Irving group's control. From my understanding, strategic plans entail risk analysis, so why is it that the threat to such a small province is not being analyzed? We are going to reach the point where there will be nobody other than the Irving group in New Brunswick.

Senator Trenholme Counsell: Would it not be possible for the Irving group's financial strength to help get the Acadian voice heard? Are you saying that the two cannot work together?

Mr. Bourque: I do not exactly understand what you mean. Are you saying that we could be happy with the situation were the Irving Group to control our daily? I do not think that would be possible.

[English]

Senator Trenholme Counsell: You would not have the Acadian voice if the money was coming from that group?

[Translation]

Mr. Bourque: We Acadians believe that it is important to control our own means of communication. There is no society in the world which would want to hand over control of its media to a third party. I have seen how Irving newspapers handle issues important to the French-speaking community, even in Moncton. They often show a lack of understanding of the greater interests of the Acadian people, be it on their front pages, or through their editorial stands.

The Chairman: Is the idea of looking for French-speaking allies in Quebec also of no interest to you?

Mr. Bourque: We want to maintain a certain autonomy, to be able to take on responsibilities as Acadians; we want to have tools available to us, and not have to depend on others. We spent 150 years fighting for tools to ensure our development and freedom.

Senator Trenholme Counsell: Is it true that the Irving family have made a significant contribution to Acadian cultural life in New Brunswick?

Mr. Bourque: I am not denying the importance of the Irving family's corporate philanthropy, even if we were wondering what they were actually going to do for a certain period of time. The problem is that the province is too small. If the Irving family did not have such a tight grip on New Brunswick's industry and economy, the situation would be less problematic both in terms of freedom of the press and democracy in New Brunswick. You cannot overlook all the other industries which are financially involved with the Irving Group. I do not believe this to be an immediate concern, but it nonetheless important. It is important that the Irving Group understand that they cannot be the only

Acadien et dans la défense de ses intérêts, et c'est pour cela que l'on doit tenir compte de ce fait unique, que nous avons besoin de contrôler nos instruments de communication. Pas nécessairement tous, mais un quotidien est d'une grande importance, de même que les hebdomadaires et c'est pour cela que c'est préoccupant de voir le contrôle du Groupe Irving. Ce que je comprends c'est que dans les plans stratégiques, il y a une analyse des menaces, alors comment se fait-il qu'on n'analyse pas la question de la menace dans une aussi petite province? À un moment donné, il n'y aura plus rien d'autre que le Groupe Irving au Nouveau-Brunswick.

Le sénateur Trenholme Counsell : N'est-il pas possible d'avoir la force financière des Irving avec la voix des Acadiennes et Acadiens. Il n'est pas possible que les deux travaillent ensemble, est-ce exact ?

M. Bourque : Je ne comprends pas exactement si vous voulez dire, est-ce que les Irving pourraient contrôler le quotidien et qu'on soit heureux ? Je ne pense pas que cela aille ensemble.

[Traduction]

Le sénateur Trenholme Counsell : Vous n'auriez pas la voix de l'Acadie si l'argent ne venait pas de ce groupe, n'est-ce pas?

[Français]

M. Bourque : Pour nous Acadiens, il importe de contrôler nos propres moyens de communication. Il n'y a pas de société qui voudrait laisser cela à d'autres. Je sais comment les journaux Irving traitent les questions d'importance francophone, même à Moncton, souvent ils ne comprennent pas les intérêts supérieurs du peuple Acadien que ce soit dans leurs couvertures ou dans leurs positions éditoriales.

La présidente : Cela ne vous intéresserait pas non plus d'aller chercher des alliés francophones au Québec ?

M. Bourque : Nous voulons garder une certaine autonomie et être capable de prendre les responsabilités en tant que regroupement Acadien, d'avoir des instruments à notre disposition et ne pas être dépendants des autres. On a lutté pendant 150 ans pour se doter d'instruments pour notre développement et pour notre liberté.

Le sénateur Trenholme Counsell : Est-ce vrai que la famille Irving a offert un support important aux choses culturelles Acadiennes au Nouveau-Brunswick ?

M. Bourque : Je ne nie pas l'importance du mécénat de la famille Irving, même si pendant un certain temps, on se questionnait à savoir s'ils allaient en faire. Le problème, c'est que la province est trop petite. Si les Irving ne contrôlaient pas autant l'industrie et l'économie du Nouveau-Brunswick ce serait moins problématique sur le plan de la liberté de la presse, mais aussi de la démocratie du Nouveau-Brunswick. Il faut tenir compte de toutes les autres industries qui collaborent et qui financent avec le Groupe Irving. Je crois que ce n'est pas une préoccupation immédiate, mais elle reste importante. Je crois que c'est important que le Groupe Irving comprenne qu'il ne peut pas

player; they ought to show discipline and follow the example of McCain, they should seek to expand in another province rather than simply trying to do so in New Brunswick.

The Chairman: Thank you, Mr. Bourque. I am sorry to cut you off.

Mr. Bourque: It is quite all right. Thank you.

The Chairman: I try to be fair with everybody.

[English]

I will now ask Mr. Kevin Matthews to come forward, please.

Mr. Kevin Matthews, Max Media Ltd., as an individual: Thank you.

I am an independent documentary filmmaker and have worked in various parts of the media in New Brunswick, mostly television, for the last 25 years. I am here today to speak to you about what I see as a very necessary, immediate and effective solution to the problem in New Brunswick of the Irving print media monopoly.

I, as well as many New Brunswickers and other Canadians who are aware of it, feel that it is unacceptable, and contrary to a free, independent media and the right to free speech, that one family and corporate empire owns all but three of 15 English weekly and daily newspapers in New Brunswick.

As you may know, the Irving empire has begun to buy some of the French weeklies in the province. The Irving family, through its wide spectrum of industrial and business interests in New Brunswick, controls much of the local and important resources in the province and, essentially, has an iron grip on the economic well-being of all New Brunswick people. The Irving success is based on vertical integration, controlling resources, means of production and, through sheer size, a large pool of labour. With such complete economic power in the hands of one family, a very big fish in a small pond, they also control much of the political life of the people and their communities, from the provincial legislature through to city governments, town councils and rural municipalities. With such enormous economic and political power, and with, essentially, complete control of the print media, it would be nothing less than absurd to suggest that that print media is in any manner independent, open, unbiased, fair, or even objective. This is the fox in charge of the henhouse, and control of the media is like the fox having the key to the front door and choosing when and how much that door will be opened to shed light on the conditions under which the chickens must live.

My direct experience with the Irving media is through the launch of a documentary film titled *Forbidden Forest*, about the people of New Brunswick who depend on the forest for a livelihood. I made this documentary with the National Film Board of Canada and the CBC's *Nature of Things* and it was released in November 2004 as part of the Tidal Wave Film Festival. The launch of *Forbidden Forest* was a gala event

occuper toute la place, qu'il devrait se discipliner et faire comme le Groupe McCain, soit allé s'installer dans une autre province plutôt que d'essayer de vouloir uniquement grandir au Nouveau-Brunswick.

La présidente : Merci, monsieur Bourque. Je suis désolée de vous couper la parole.

M. Bourque : C'est correct. Merci.

La présidente : J'essaie d'être juste avec tout le monde.

[Traduction]

J'invite maintenant M. Kevin Matthews à s'avancer.

M. Kevin Matthews, Max Media Ltd., à titre personnel : Merci.

Je suis un documentariste indépendant et je travaille pour différents médias du Nouveau-Brunswick, essentiellement à la télévision, depuis 25 ans. Je suis ici aujourd'hui pour vous parler de ce que je considère comme une solution efficace, immédiate et indispensable au problème du monopole Irving dans la presse écrite du Nouveau-Brunswick.

Comme de nombreux Canadiens et Néo-Brunswickois qui en sont conscients, je trouve qu'il est inacceptable, contraire à la liberté et à l'indépendance des médias ainsi qu'à la liberté d'expression, qu'une famille et une société soient propriétaires de la totalité des 15 hebdomadaires et quotidiens du Nouveau-Brunswick, à trois exceptions près.

Comme vous le savez peut-être, l'empire Irving commençait à acheter les hebdomadaires français de la province. Grâce à la vaste gamme d'intérêts industriels et commerciaux qu'elle possède au Nouveau-Brunswick, la famille Irving contrôle l'essentiel des ressources locales de la province et tient d'une poigne de fer le bien-être économique de toute la population du Nouveau-Brunswick. Le succès des Irving tient à l'intégration verticale, au contrôle des ressources et des moyens de production; du fait de ces dimensions mêmes, l'empire contrôle un vaste bassin de main-d'œuvre. Grâce à ce vaste pouvoir économique, la famille, semblable à un très gros poisson dans une petite mare, contrôle également l'essentiel de la vie politique dans la province, de l'Assemblée législative provinciale aux autorités municipales à la ville comme à la campagne. Avec un pouvoir économique et politique aussi énorme et avec un contrôle quasi-total de la presse écrite, il serait carrément absurde de prétendre à l'indépendance, à l'ouverture, voire même à l'objectivité de la presse écrite. C'est le poulailler confié au renard, car quand la presse est contrôlée à ce point, c'est comme si le renard avait la clé de la porte et choisissait le moment où cette porte doit être ouverte pour faire la lumière sur les conditions dans lesquelles les poulets vont vivre.

J'ai fait directement l'expérience de la presse Irving lors du lancement d'un documentaire intitulé *Forbidden Forest* sur des gens du Nouveau-Brunswick dont la subsistance dépend de la forêt. J'ai fait ce documentaire avec l'Office national du film et avec l'émission *Nature of Things* de CBC; il a été présenté en avant-première en novembre 2004 dans le cadre du Festival du film Tidal Wave. Le lancement de *Forbidden Forest* a donné lieu à

organized by the CBC, with Dr. David Suzuki present, but it was also the twenty-fifth anniversary of *The Nature of Things*, a double-billing event.

The venue was the Fredericton Playhouse and was sold out; there were a number of disappointed people out front who could not get tickets. Though there was good coverage on CBC radio and TV and in the French New Brunswick media, there was no coverage of the event in any of the New Brunswick English-language Irving-owned daily newspapers. After all of the advance press releases coming from the CBC and formal invitations sent out to the media, and given that this was a film about forestry, a very important part of the Irving empire's industrial complex, and that in New Brunswick we had one of Canada's top ten most popular Canadians, Dr. David Suzuki, there was essentially nothing but dead silence from the Irving media. Even in the weeks following, when *Forbidden Forest* toured the province for community screenings, there was no coverage in the Irving media.

Here you have an issue, forestry, an important New Brunswick industry upon which a good part of the Irving empire is based. They own two large pulp and paper mills, two tissue production plants and eight sawmills spread throughout the province, and hold a significant interest in who knows how many other forest-related businesses. On top of this, the Irving empire controls at least one-third of the public Crown forest lands in the province.

Given the enormous power and control of this family dynasty over the forest industry, I ask, does anyone in their right mind truly believe that on an issue so important to the Irving empire and to the people of this province, that the launch of the film, *Forbidden Forest*, did not in any way warrant any coverage in any of the Irving daily print media? Did not Dr. David Suzuki, so popular with Canadians, coming to New Brunswick not warrant some acknowledgement in any of the major Irving media? The solution to the problem —

The Chairman: You are running into overtime, so please give us your solutions.

Mr. Matthews: The solution to the problem of the media monopoly is a simple one. The federal government, through Heritage Canada or other government agencies, must establish a trust fund that will allow for the creation of an English daily newspaper that will be independent of any political manipulation.

There is an example of that in this province in the French print media, and that is the daily newspaper, *L'Acadie Nouvelle*. *L'Acadie Nouvelle* operates under an \$8 million trust fund established by the federal and provincial governments. The trust fund pretty much guarantees the survival of an unbiased, objective, independent voice in the French print media. Creating at least one independent English newspaper in New Brunswick will give English-speaking — and French-speaking, for that matter — people the trust that at least there is a possibility of getting the whole story and objective views on issues that concern

un gala organisé par CBC en présence de M. David Suzuki, mais l'événement soulignait également le 25e anniversaire de l'émission *The Nature of Things*.

Il s'est tenu à guichets fermés au Théâtre de Fredericton. Plusieurs personnes ont été bien déçues de ne pouvoir obtenir de billets. Il y a eu de bons reportages sur l'événement à la radio et à la télévision de CBC ainsi que dans les médias francophones du Nouveau-Brunswick, mais les quotidiens néo-brunswickois de langue anglaise du groupe Irving n'en ont pas parlé. Après toutes les annonces publiées par CBC et les invitations officielles envoyées aux médias, et malgré la présence au Nouveau-Brunswick de M. David Suzuki, l'un des dix Canadiens les plus appréciés au Canada, les médias du groupe se sont cantonnés dans un silence absolu, étant donné que le film portait sur l'exploitation forestière, un élément très important du complexe industriel de l'empire Irving. Au cours des semaines suivantes, alors que *Forbidden Forest* était projeté dans des centres communautaires de la province, les journaux du groupe Irving n'en ont jamais parlé.

L'industrie forestière est importante au Nouveau-Brunswick et constitue l'un des fondements de l'empire Irving. La famille possède de grosses usines de pâtes et papiers, deux usines de papier mouchoir et huit scieries dans la province; elle possède des intérêts importants dans de nombreuses entreprises liées à l'exploitation forestière. De surcroît, l'empire Irving contrôle au moins un tiers des forêts domaniales publiques de la province.

Compte tenu du pouvoir et de l'emprise énormes qu'exerce cette dynastie familiale sur l'industrie forestière, qui pourrait concevoir que sur une question aussi importante pour l'empire Irving et pour la population de la province, le lancement du film *Forbidden Forest* n'ait pas justifié le moindre article dans les quotidiens du groupe Irving? La venue au Nouveau-Brunswick de David Suzuki, que les Canadiens apprécient tant, ne justifiait-elle pas d'être signalée dans les grands journaux du groupe Irving? La solution au problème...

La présidente : Vous avez dépassé le temps qui vous était alloué; veuillez nous faire part de vos solutions, s'il vous plaît.

M. Matthews : La solution au problème de ce monopole médiatique est simple. Il faudrait que le gouvernement fédéral crée, par l'intermédiaire de Patrimoine Canada ou d'un autre organisme, un fonds de fiducie qui permettra la création d'un quotidien de langue anglaise indépendant et à l'abri de toute manipulation politique.

On en a déjà un exemple dans la presse francophone de la province, c'est le quotidien *L'Acadie Nouvelle*, qui fonctionne grâce à un fonds de fiducie de 8 millions de dollars créé par les gouvernements fédéral et provincial. Ce fonds garantit la survie d'une voix objective et indépendante dans la presse francophone. La création d'au moins un journal indépendant de langue anglaise au Nouveau-Brunswick permettra aux anglophones — et aux francophones — d'espérer obtenir un point de vue complet et objectif sur les questions qui préoccupent tous les habitants du Nouveau-Brunswick. À défaut d'un journal anglophone

all the people of New Brunswick. If an independent English voice in the print media does not exist, then we can expect to continue to live in darkness when it comes to knowing the full truth about issues of importance.

The Chairman: I take it that this is the film?

Mr. Matthews: That is the film, yes, and there is the brochure.

Senator Munson: Well, you have made your point.

Mr. Matthews: Too quickly.

Senator Munson: I know that.

The Chairman: However, we have your document.

Senator Munson: On the issue of a trust fund, how can a newspaper be independent if it gets money from federal and provincial governments?

Mr. Matthews: As I understand it, the trust fund set up for *L'Acadie Nouvelle* is invested in stocks and they draw the interest from that. Then they pay for their operating expenses outside of that.

Senator Trenholme Counsell: We were told that that money is only used for distribution purposes. We asked about it.

Mr. Matthews: Yes, distribution costs, whatever.

The Chairman: I think the point there is that *L'Acadie Nouvelle* cannot survive just on the basis of the trust fund. It also has to have readers, advertisers, subscribers. The model that they outlined to us was one where they specifically separated out, if you will, the subsidy element from journalism.

Mr. Matthews: Sure, I understand that, but I believe that if you had an English newspaper, it would end up being able to cover its own costs and would not need a trust fund. I think there is enough interest in this province in an independent paper. People are tired of not getting the news.

Are there any other questions?

The Chairman: You have another 30 seconds to give your opinion.

Mr. Matthews: I have driven all the way from Fredericton. This takes me two hours.

The Chairman: I am so sorry.

Mr. Matthews: I came all the way from the north of the province. I got home at three o'clock in the morning, to turn around and come down here to tell you that, basically, we live in a futile state effectively, the way things are set up at this moment. You had a past editor saying that, effectively, the Irvings would not squeeze every nickel out of the newspaper, but the Irving empire is squeezing every nickel out of the people of this province. The problem is that we are not hearing about it, we are not getting the full story. I do not know how much you know about two issues of late, the LNG and the tax break that they got on that.

The Chairman: We are learning.

indépendant, il faut se résoudre à continuer à vivre dans l'obscurité sans connaître toute la vérité sur les questions importantes.

La présidente : Je suppose qu'il s'agit de ce film.

M. Matthews : Oui, voilà le film, et vous avez ici la brochure.

Le sénateur Munson : Vous vous êtes bien exprimé.

M. Matthews : Trop rapidement.

Le sénateur Munson : Je sais.

La présidente : Quoi qu'il en soit, nous avons votre document.

Le sénateur Munson : En ce qui concerne le fonds de fiducie, comment un journal peut-il être indépendant s'il reçoit de l'argent des gouvernements fédéral et provincial?

M. Matthews : À ma connaissance, le fonds de fiducie créé pour *L'Acadie Nouvelle* est investi dans des actions dont l'intérêt permet de couvrir les dépenses de fonctionnement du journal.

Le sénateur Trenholme Counsell : On nous a dit que cet argent ne servait qu'à la distribution du journal. Nous nous sommes renseignés.

M. Matthews : Oui, il s'agit des frais de distribution.

La présidente : Ce qu'il faut dire, c'est que *L'Acadie Nouvelle* ne pourrait pas survivre uniquement grâce à ce fonds de fiducie. Le journal a également besoin de lecteurs, d'annonceurs et d'abonnés. Le modèle qui nous a été présenté faisait bien la différence entre l'élément du subventionnement et l'élément du journalisme.

M. Matthews : Je comprends, mais je pense qu'un journal anglophone finirait par faire ses frais et n'aurait plus besoin du fonds de fiducie. Il y a suffisamment d'intérêts dans cette province pour un journal indépendant. Les gens sont exaspérés d'être mal informés.

Avez-vous d'autres questions?

La présidente : Il vous reste 30 secondes pour exprimer votre opinion.

M. Matthews : J'ai du venir en voiture de Fredericton. J'ai fait deux heures de route.

La présidente : Excusez-moi.

M. Matthews : Il a fallu que je vienne du Nord de la province. Je suis arrivé chez-moi à trois heures du matin et je suis venu ici pour vous dire qu'à en juger de la façon dont les choses se passent actuellement, nous vivons dans un état futile. Un ancien rédacteur en chef vous a dit que les Irving n'écumaient pas toutes les ressources financières de son journal, mais en réalité, l'empire Irving écume tout l'argent des habitants de cette province. Le problème, c'est que personne n'en n'entend parler, personne n'obtient toute la vérité. Je ne sais pas ce que vous savez des deux dernières nouvelles, le gaz naturel liquéfié et les allègements fiscaux qu'Irving a obtenus dans ce domaine.

La présidente : Nous sommes en train de nous renseigner.

Mr. Matthews: On Lepreau, for example, there is no investigative reporting at all on what is actually behind that. When you talk about the Assessment Act in this province, you are talking about Louis Robichaud, who fought for 10 years against K.C. Irving to bring in fair taxation in this province, and it is being destroyed in one stroke. You do not get any background information on what the Assessment Act is. In fact if any reporters cared to look at the Assessment Act, they would see that the Irvings get huge exemptions on anything to do with their petroleum business. We do not get the news, period. What we get is basically regurgitation. We do not, in any sense, get investigative reporting.

The Chairman: Mr. Matthews, thank you so much. I appreciate your frustration.

Mr. Matthews: I am not frustrated. I am just trying to get my point across in what little time I have.

The Chairman: Your frustration with us and our time limits. That is what I am saying I appreciate. The issues you raise are serious and important and you have made your case eloquently. We thank you very much for it. It will be on the record.

Mr. Matthews: You are welcome.

[Translation]

The Chairman: We now have Mr. Maurice Rainville, whom we spoke about earlier. Welcome to the committee.

Mr. Maurice Rainville, as an individual: Thank you, Madam Chair. I began working at the University of Moncton in 1963 as a professor of philosophy; from 1983 until my retirement in 1996, I was a professor of information ethics. I was ombudsman for the *Presse acadienne*, set up by the Association canadienne des journalistes, for the first two years of its existence. Twice a month, I am called upon to write editorials for the *Acadie Nouvelle*; indeed, I wrote one this very morning about which I will speak extensively, as there are some points which are important to know but which cannot be expressed in an editorial due to word count restrictions.

I am gravely concerned. In my opinion, the situation of the press in New Brunswick requires federal government intervention, and I am thinking of New Brunswick as a whole, not just Acadians, although, as a French speaker, the lot of Acadians is particularly important to me. In New Brunswick, democracy, and all the rights it affords our citizens, in particular the right to speak, requires urgent protection. The Parker case speaks volumes about this concern.

Until very recently, Mike Parker was employed by the St. John weekly *Here*. He published an article in the paper denouncing the excessive privileges granted to the Irving family by the city's local council. What was it that Parker said? In a nutshell, he drew attention to the fact that the Irvings managed to have taxes on their liquefied natural gas terminal frozen at \$500,000 a year for the next 25 years. Had the local council not made such a decision, Parker believes that the Irving family would have had to pay between \$3 million and \$5 million in taxes to the city. The

M. Matthews : Sur Lepreau, par exemple, il n'y a eu aucun article d'enquête sur les dessous de l'affaire. En ce qui concerne la Loi provinciale sur l'évaluation, Louis Robichaud s'est battu pendant dix ans contre K. C. Irving pour obtenir l'équité fiscale dans cette province, et les gains qu'il a obtenus ont été anéantis d'un coup. Il n'y a aucune information générale sur la Loi sur l'évaluation. En fait, si un journaliste se donnait la peine d'étudier cette loi, il verrait que les Irving ont obtenu des exemptions énormes sur tout ce qui concerne leurs activités pétrolières. Personne n'en est informé, un point, c'est tout. On en régurgite quelques bribes, mais il n'y a pas de journalisme d'enquête sur le sujet.

La présidente : Merci beaucoup, monsieur Matthews. Je comprends votre frustration.

M. Matthews : Je ne suis pas frustré. J'essaie simplement de m'exprimer compte tenu du peu de temps dont je dispose.

La présidente : Vous êtes frustré par les règles du comité qui limitent votre temps de parole. Voilà ce que je comprends. Les questions que vous soulevez sont sérieuses et importantes, et vous vous êtes bien exprimé. Merci de l'avoir fait. Vos propos figureront au compte rendu.

M. Matthews : Merci.

[Français]

La présidente : Monsieur Maurice Rainville celui dont nous parlions tout à l'heure. Bienvenue chez nous

M. Maurice Rainville, à titre personnel : Merci madame la présidente, j'ai été professeur de philosophie à l'Université de Moncton à partir 1963. De 1983 jusqu'à ma retraite en 1996, j'ai été professeur d'éthique de l'information. J'ai été ombudsman de la *Presse Acadienne* durant les deux années qui ont suivi sa création par l'Association acadienne des journalistes. Deux fois par mois, il m'arrive d'écrire des éditoriaux dans *L'Acadie Nouvelle* dont un ce matin, auquel je ferai beaucoup allusion parce qu'il y a quelques petites choses que le nombre réduit de mots ne permet pas de dire dans un éditorial et qu'il faut quand même savoir.

Je suis très inquiet. À mon avis, la situation de la presse au Nouveau-Brunswick exige une intervention du gouvernement fédéral, et je pense au Nouveau-Brunswick, et pas seulement à la population Acadienne, bien que, étant francophone, celle-là me touche de façon particulière. Ici, la démocratie et les droits qu'elle reconnaît à toutes les personnes, en particulier le droit de parole, ont un urgent besoin de protection. Le cas Parker illustre avec une évidence particulière cette inquiétude.

Jusqu'à tout récemment, Mike Parker était employé par l'hebdomadaire *Here* de Saint-Jean. Il y a publié un texte où il dénonçait les privilèges exorbitants accordés à la famille Irving par le conseil municipal de cette ville. Qu'est-ce que dit Parker ? En substance, il souligne que les Irving ont obtenu que les taxes payables pour son terminal de gaz naturel liquéfié soient gelées à 500 000 \$ par année pour les 25 prochaines années. Si le conseil municipal n'avait pas statué sur le cas, c'est entre 3 millions de dollars et cinq millions de dollars, estime Parker, qu'Irving devrait

municipal council took the decision shortly after imposing a new tax on the city's residents to fund municipal services. Parker believes that the poverty rate stands at 25 per cent in St. John; yet, he concludes, it will be the citizens of St. John who will pay for the tax break that the Irving Group is set to enjoy for the next 25 years.

From an information ethics perspective, I see nothing scandalous about the article. It seems to me to have been very honestly written, and I cannot find any noteworthy problem. However, *Here*, the weekly where Parker worked and which he helped to launch, was bought by the Brunswick News group a few months ago, and following the recent publication of his article, Mr. Parker was fired.

This is information that I got from the local French-language press. I have tried to confirm the information with Mr. Parker himself; however, there is only an answering machine at his office, and his home phone is unplugged.

If this does indeed prove to be true, it is deeply worrying. We are left wondering, for example, whether people can still, without fear, exercise freedom of speech to expose injustice, and whether they can do so without suffering reprisals. Some may simply retort "that Parker and his cronies should use another forum to say what they think", but I imagine that what you have heard this afternoon gives you an idea of whether that is possible. As you know, all of New Brunswick's English-language dailies, and almost all of its weeklies are owned by Brunswick News.

They also own several French-language weeklies, including *Madawaska* and *Hebdo Chaleur*; while the others are being outgunned in their struggle against Irving-owned competitors. This is what is happening to Shédiac's *Moniteur*, which Mr. Haché spoke about earlier; it has to deal with the *Étoile du Sud-Est* being distributed free of charge.

Madam Chair, I would be very grateful if you could agree to study the problem. I would like to share with you in simple terms and in an open manner my message. The committee has to understand that the people of New Brunswick need more than just another study to follow on from the Kent, Davy, Caplan-Sauvageau, Godfrey, and Juneau studies, a study which would only reveal things which we are all acutely aware of already. The people of New Brunswick need the government to take the necessary steps to protect their rights and to protect democracy.

The Chairman: Thank you very much. You have been most eloquent, but am I correct in saying that you have been unable to confirm why Mr. Parker is no longer working for Brunswick News?

Mr. Rainville: That is correct.

The Chairman: Am I right in saying that there could be several reasons behind his departure?

Mr. Rainville: Indeed.

verser à la ville. La décision a été prise par le conseil municipal peu de temps après l'imposition aux citoyens d'une nouvelle taxe destinée au financement des services municipaux. L'auteur estime que Saint-Jean a un taux de pauvreté de 25 p. 100. Ce sont donc les citoyens, conclut-il, qui devront compenser les exonérations de taxes dont profitera Irving durant un quart de siècle.

Du point de vue des critères de l'éthique de l'information, je ne trouve là absolument rien de scandaleux. Cela m'apparaît être d'une honnêteté telle que je ne trouve pas de faille vraiment particulière. Or, l'hebdomadaire que Parker a contribué à mettre sur pied, l'hebdomadaire *Here* et où il travaillait, est devenu, il y a quelques mois, la propriété du Groupe Brunswick News, et après la publication de son article des derniers jours, le journaliste a été congédié.

Je tiens l'information de la presse francophone locale. J'ai essayé de confirmer cette information auprès de M. Parker lui-même. À son bureau, il n'y a que le répondeur, à sa maison, le téléphone a été débranché.

La mesure, sous réserve de confirmation, ait bien été prise engendre de graves inquiétudes. On se demande par exemple s'il est encore possible à des individus d'utiliser sans crainte leur liberté d'expression pour dénoncer les injustices et le faire sans être victimes de représailles. On pourrait toujours rétorquer « que Parker et ses semblables aillent dire ailleurs ce qu'ils pensent », mais ce que vous avez entendu au cours de l'après-midi vous suggère déjà une réponse, je suppose. Vous le savez, tous les quotidiens et presque tous les hebdomas anglophones du Nouveau-Brunswick sont la propriété de *Brunswick News*.

Du côté francophone, de nombreux hebdomas le sont aussi, dont le *Madawaska*, l'*Hebdo Chaleur*, d'autres luttent à armes inégales contre un concurrent d'Irving. C'est le cas du *Moniteur* de Shédiac dont M. Haché vous a parlé tout à l'heure qui doit composer avec la distribution gratuite de l'*Étoile du Sud-Est*.

Madame la présidente, je vous serais gré de vous intéresser au problème, permettez-moi de le dire avec autant de simplicité que de franchise, c'est le message que je veux porter ici, le comité doit comprendre que les gens du Nouveau-Brunswick n'ont pas besoin seulement d'une autre étude après celle de Kent, de Davy, de Caplan-Sauvageau, de Godfrey, de Juneau qui révélerait du point de vue du problème que j'aborde ce que tout le monde sait très bien. Ils ont besoin que l'État prenne les mesures nécessaires à la protection de leurs droits et de la démocratie.

La présidente : Merci beaucoup. Vous êtes très éloquent, mais je dois noter que vous n'avez pas pu confirmer pourquoi M. Parker n'est plus à l'emploi de *Brunswick News* ?

M. Rainville : En effet.

La présidente : Il pourrait y avoir plusieurs explications ?

M. Rainville : C'est juste.

The Chairman: We are very interested in what you have told us, it is indeed extremely interesting; but, for the moment, nobody knows exactly why he no longer works for the newspaper.

Mr. Rainville: That is correct, Madam Chair.

The Chairman: That poses a problem, but we will be hearing from representatives of Brunswick News tomorrow, and perhaps they will be able to shed some light on the matter.

Mr. Rainville: Allow me to be a little more specific. You are absolutely correct in saying that I have been unable to confirm what the local press have reported on what I term as Mr. Parker's dismissal. The articles in question state that "Mr. Parker has been fired", however, this is as yet unconfirmed. This "occurrence", because I presume that it did take place although it remains unconfirmed, provides us with the opportunity to make another point which we are able to confirm, and which is also at the heart of my concerns: virtually all English-language and French-language daily newspapers belong to the Brunswick News group.

Mr. Claude Bourque explained earlier the link that exists between the press business as a business, and the press business as press. Both this situation and monopoly and concentration are ongoing problems, and are, above all else, what lies at the heart of my concerns. The events surrounding Mr. Parker's article gave me the opportunity to air my concerns on the subject.

The Chairman: As I already said, these are subjects of great importance; but, when talking about a particular case, we need details, we need to be sure of what we are saying.

[English]

Senator Munson: At the end of your article you say that the government should take necessary measures to protect rights and freedoms, but you are not specific.

[Translation]

Mr. Rainville: I know, I will try to be more specific. One thing that I could come up with off the cuff is that there are laws on press concentration in Canada. You could take these laws and enforce them. It is going back a fair bit, but if memory serves me well, the Kent Commission made reference to this legislation, but the situation has only worsened since the time of the commission.

Enforcing existing legislation could be a possible solution, but it is not for me to tell the Canadian government how to act. There are perhaps other approaches which would work. You could intervene on the grounds of freedom of speech, and on Charter grounds, because the Charter also makes reference to the freedom of the press. I do not want to see the Irving Group denied freedom of speech or freedom of the press, it has the status of a citizen as well. I would, however, like to see it share the freedoms it enjoys.

The Chairman: Thank you very much. I am sorry, but you are out of time.

Mr. Rainville: Thank you for your attention.

La présidente : On peut noter avec beaucoup d'intérêt ce que vous nous racontez, parce que c'est effectivement, extrêmement intéressant, mais pour l'instant, personne ne sait exactement pourquoi il n'est plus à l'emploi du journal.

M. Rainville : C'est juste, madame la présidente.

La présidente : Cela nous pose un problème, mais on va recevoir des représentants de *Brunswick News* demain et peut-être qu'on aura des nouvelles à ce moment-là.

M. Rainville : Je voudrais faire une nuance. Il est tout à fait juste de dire que je n'ai pas la confirmation de ce que la presse locale a rapporté au sujet de ce que j'appelle le congédiement. Dans les textes on dit « monsieur a été viré de son poste », toutefois on n'a pas de confirmation de ce fait. Cet « événement » — parce que je présume que c'en est un et ce n'est pas confirmé — est l'occasion de dire une autre chose que nous pouvons tout à fait confirmer, par ailleurs, et qui reste vraie et qui fonde aussi l'inquiétude que j'ai, c'est que la quasi-totalité des quotidiens anglophones et francophones appartiennent au groupe *Brunswick News*.

Monsieur Claude Bourque a expliqué tout à l'heure le lien qu'il y a entre l'entreprise de presse comme entreprise et l'entreprise de presse comme presse. Cette situation et le monopole de la concentration demeurent, et ce sont elles surtout qui sont à l'origine de mon inquiétude. L'occasion m'a été donnée de m'exprimer à ce sujet par le cas de M. Parker.

La présidente : Non, mais comme on l'a déjà dit, les sujets sont d'une très grande importance, mais les faits d'un cas particulier, les détails, il faut être sûr de ce dont on parle.

[Traduction]

Le sénateur Munson : À la fin de votre article, vous dites que le gouvernement devrait prendre des mesures pour protéger les droits et libertés, mais vous ne précisez pas lesquelles.

[Français]

M. Rainville : Oui, j'essaie. Une chose à laquelle on peut penser de façon très immédiate, c'est qu'il existe des lois qui concernent la concentration de la presse au Canada. On pourrait utiliser ces lois et les appliquer. La Commission Kent, d'ancienne mémoire vraiment, avait fait allusion à cette loi, mais la situation a seulement empiré depuis.

On pourrait donc intervenir sous cet angle, mais je ne voulais pas dicter au gouvernement canadien selon quel angle intervenir. Il y a peut-être d'autres moyens. On peut intervenir sur la base de la liberté de parole, donc de la Charte aussi, parce qu'on parle aussi de la liberté de la presse dans la Charte. Je ne veux pas supprimer la liberté de parole ni la liberté de la presse au Groupe Irving, parce que c'est un citoyen. Seulement, il faut pouvoir la partager.

La présidente : Merci infiniment. Je suis désolée. Le temps pour votre présentation est écoulé.

M. Rainville : Merci d'avoir écouté.

The Chairman: It would seem that we have two members of the public, Mr. Jean-Marie Nadeau and Mr. John Murphy, who wish to appear before the committee together.

Mr. Jean-Marie Nadeau, New Brunswick Federation of Labour, as an ithe Individual: Madam Chairman, I have known Senator Munson for 40 years. We will be brief, because this is a very busy time for us. We are in the midst of organizing the biennial convention of the New Brunswick Federation of Labour, which will be held from the 1st to the 4th of May. The federation has 35,000 members and represents 260 union locals from both the private and public sector. I am the federation's executive assistant, and I am also the provincial coordinator for the Common Front for Social Justice, a group which helps people living in poverty to help themselves in order that they gain a little more dignity. Although we did not have time to prepare a brief, we felt it was important to appear before the committee. I am not asking Irving newspapers to be our best friends, I am simply asking them to recognize who we are and what we are trying to do. I am not only speaking on my own behalf, or an individual representing unionized workers and people living in poverty. We are asking the Irving Group to recognize the people whom I represent, in order that they feel part of the public debate, in order that they feel involved in the democratic debate.

It is about having a sense of empowerment. When people take the trouble to speak to the media, they expect at least to find an echo of what they said in their newspaper the next day, especially here in Moncton. I know that the director is here, and I would say the same thing to his face, even though he is sitting behind me at the moment, I have to say that I view this as being a lack of common courtesy. It is a question of respect. As I said at the beginning, we are not asking people to like unions, we have known from the outset that they do not like unions; we are not asking them to become the best friends of the various social groups. All that we are asking is that they at least report what is happening so that people can form their own opinions.

Our plea concerns the issue of democracy in New Brunswick. As an Acadian, I support the comments made by Mr. Bourque and Mr. Rainville about their grave concern as to what the future holds, and the Irving Group's control over French-language newspapers. I am going to leave it to my colleague to give you some concrete examples of what is happening.

[English]

Mr. John Murphy, New Brunswick Federation of Labour, as an individual: Madam Chairperson and members of the committee, I heard you talking earlier about, in terms of the media and your hearings, the key buzz word "quality," and whether media, particularly print media, are serving the people of the community. I think a lot of people here this afternoon would say, particularly in terms of the Irving print media, they are not. The local newspaper is now gone. A lot of prominent people, some of them retired but in the media business all their lives, have had the opportunity to speak late in the day. Obviously their words will be

La présidente : Il paraît que nous avons deux membres du public qui demandent à comparaître ensemble. Il s'agit de M. Jean-Marie Nadeau et de M. John Murphy.

M. Jean-Marie Nadeau, Fédération des travailleuses et travailleurs du Nouveau-Brunswick, à titre personnel : Madame la présidente, je connais le sénateur Munson depuis 40 ans. On sera bref, parce qu'on est dans une période un peu intense. On est en train d'organiser notre congrès biennal du 1^{er} au 4 de mai de la Fédération des travailleuses et travailleurs du Nouveau-Brunswick qui représente 35 000 membres, 260 sections locales dans les secteurs privés et publics. Je suis adjoint exécutif pour cette fédération, et je suis aussi coordonnateur provincial du Front commun pour la justice sociale qui est un groupe qui encourage les gens vivant en difficulté et en pauvreté à se prendre en main afin qu'ils atteignent un petit peu plus de dignité. Même si on n'avait pas le temps de préparer un mémoire, on voulait venir témoigner. En fait, ce qu'on demande aux journaux Irving, ce n'est pas de nous aimer, mais qu'ils reconnaissent qui nous sommes et ce qu'on essaie de faire. Je ne parle pas seulement en mon nom ou comme individu au service des gens syndiqués et des gens qui vivent dans la pauvreté. Nous demandons au Groupe Irving qu'ils reconnaissent les gens que je représente afin qu'ils aient le sentiment de participer au débat public et au débat démocratique.

Il s'agit, et c'est un beau mot anglais, d'un sentiment d'« empowerment ». Quand les gens prennent la peine d'oser, d'aller devant les médias, ils s'attendent au moins à se reconnaître le lendemain dans leur journal, surtout ici à Moncton. Je sais que le directeur est là et je lui dirais la même chose en face, même si c'est lui qui est dans mon dos actuellement, c'est un manque de décence élémentaire quant à moi. C'est une question de respect. On ne demande pas, comme je l'ai dit au début, aux gens d'aimer les syndicats, parce qu'on sait qu'ils ne les aiment pas en partant, et on ne demande pas d'aimer les groupes sociaux. Tout ce qu'on demande, c'est d'au moins rapporter ce qui se passe pour que la société soit en mesure de pouvoir se faire une opinion.

Notre plaidoyer vise donc la question de démocratie au Nouveau-Brunswick. En tant qu'Acadien, j'appuie les propos de M. Bourque et de M. Rainville concernant leur grande inquiétude face à ce qui pourrait arriver et la main mise du Groupe Irving sur les journaux francophones. Je vais laisser mon collègue donner des exemples concrets sur ce qui s'est passé.

[Traduction]

M. John Murphy, Fédération des travailleurs du Nouveau-Brunswick, à titre personnel : Madame la présidente, mesdames et messieurs les membres du comité, lorsque vous parliez tout à l'heure des médias et de vos audiences, le mot clé était d'une « qualité », et vous vouliez savoir si les médias, en particulier la presse écrite, desservaient bien la population de la province. Une bonne partie des gens qui sont ici cet après-midi diraient que les journaux du groupe Irving ne desservent pas bien la population de la province. Notre journal local a disparu. D'éminents journalistes, dont certains retraités, qui ont passé toute leur vie

listened to, recorded and dwelled on by you, but they will not be reported in tomorrow's *Times & Transcript* for sure. They are gone.

I looked for coverage of these hearings, the fact you were coming here, in this week's *Times & Transcript*. I found it nowhere as a news story, but I certainly found it as a paid advertisement buried on the back page.

Yes, changes are due, and I will get specifically to recommendations. I have heard some people come close to where I am going, and certainly on behalf of the labour movement, we have had resolutions over my 33 years with the New Brunswick Federation of Labour, at the time of the Davey commission, the time of the Kent royal commission, that we need less media print concentration in this province, more so than ever before. There must be forced diversification of some of the holdings of the Irvings — there must be — and hopefully, you will take that into account. Why not a print version of the CBC funded by the taxpayers of this country? I have absolutely no qualms about that, and I know a lot of our members would not. We do it on the electronic side of public coverage and reporting. It is critical to a properly functioning society, a properly informed society. It is long overdue. I suggest you give it some serious consideration. In addition to the national coverage, there would naturally be community spinoffs and that would allow organizations like the Moncton local newspaper, *le Mascaret*, struggling to survive like the *Acadian Monitor*, to continue. If nothing else, if we cannot have a publicly owned print CBC, then certainly the Irving media should be forced to divest, because they do control the distribution — you have heard about that from the earlier speakers — of these types of publications that offer an alternate perspective on issues critical to society.

I will end because I know I am running out of time. After 33 years this summer in the trade union movement, I have had a working relationship with the *Times & Transcript* and the other Irving media. Naturally, I do not have time to talk about the better years versus the current years, since new publishers came to town. The past Labour Day edition of the *Times & Transcript* had front page coverage of a research story out of the Fraser Institute linking high rates of unionization and strict labour laws to lower productivity. It is bad enough that it was the front page story on Labour Day weekend, but it only quoted the author of that research document. There was no commentary from anybody else on what they thought of that particular research item. Then three days later, for whatever reasons, they finally decided to seek another view. They went to what we call a right-wing think tank, the Atlantic Institute for Management Studies, or AIMS, if I have

dans la presse écrite, ont eu la possibilité de s'exprimer en fin de journaux. Évidemment, leur propos ont été entendus et enregistrés et vous allez y réfléchir, mais il n'en sera pas question demain dans le *Times & Transcript*. C'est terminé.

J'ai cherché dans le *Times & Transcript* de cette semaine des articles portant sur votre arrivée ici pour retenir des audiences. Je n'ai trouvé aucun reportage à ce sujet, mais j'ai vu bien sûr qu'on en traitait dans une annonce payée reléguée à la dernière page.

Oui, des changements s'imposent, et je formulerai certaines recommandations en particulier. J'ai entendu certaines personnes faire des recommandations assez semblable aux miennes, et il ne fait aucun doute qu'au nom du mouvement syndical, nous avons adopté des résolutions au cours de mes 33 années au sein de la Fédération du travail du Nouveau-Brunswick, à l'époque de la commission Davey, à l'époque de la commission Royal Kent, qui réclame une diminution de la concentration de la presse dans cette province, plus que jamais. Il faut obliger les Irvings à diversifier leurs avoirs — il le faut — et j'espère que vous en tiendrez compte. Pourquoi ne pas créer une version papier de la SRC financée par les contribuables du pays? Je n'ai absolument aucune objection à ce genre d'initiatives, et je sais qu'un grand nombre de nos membres seraient du même avis. C'est ce que nous faisons en ce qui concerne la version électronique de la couverture des affaires publiques. C'est un aspect essentiel d'une société qui fonctionne correctement, d'une société qui est informée correctement. C'est une mesure qui se fait attendre depuis longtemps. Je propose que vous l'envisagiez sérieusement. En plus de la couverture nationale, il y aurait naturellement des retombées communautaires qui permettraient à des organisations comme le journal local de Moncton, *le Mascaret*, qui lutte pour sa survie tout comme le *Acadian Monitor*, de continuer d'exister. S'il est impossible d'avoir un journal public qui soit l'équivalent imprimé de la SRC, alors à tout le moins il faudrait obliger les médias Irving de se départir de certains de leurs avoirs, parce qu'ils contrôlent effectivement la distribution — des témoins précédents vous en ont d'ailleurs parlé — de ces genres de publications qui offrent un autre point de vue sur les questions de grandes importances pour la société.

Je vais conclure parce que je sais que mon temps est écoulé. Il y aura 33 ans cet été que je fais partie du mouvement syndical et j'ai entretenu des relations de travail avec le *Times & Transcript* et d'autres médias Irving. Naturellement, je n'ai pas le temps de parler des bonnes années par rapport aux années actuelles, depuis l'arrivée des nouveaux éditeurs. Le dernier numéro de la fête du travail du *Times & Transcript* traitait en page couverture d'une étude faite par l'Institut Fraser qui établissait un lien entre des taux élevés de syndicalisation, des codes rigoureux du travail et l'affaiblissement de la productivité. Non seulement cette étude faisait-elle l'objet d'un article en page couverture de l'édition de la fin de semaine du travail, mais on y citait uniquement l'auteur. L'article ne présentait l'opinion d'aucune autre personne au sujet de cette étude en particulier. Puis, trois jours plus tard, pour une raison quelconque, ils ont finalement décidé d'obtenir un autre

the name correct, and got an extensive, exhaustive commentary from its head, and one other commentary from the Minister of Business New Brunswick, who took issue with the story. However, there was nothing from the trade union movement, which is what the story was all about. Is that balanced journalism? I suggest not. I was so annoyed, and I have sent more than one letter to this newspaper that has not been printed. I sent another one September 15, 2004, and I will leave it with you.

The Chairman: Please do.

Mr. Murphy: At the end it says:

I think the readers deserve an explanation. Why is it that the *Times & Transcript* refuses to give fair coverage to organized labour and other social action organizations — what you call special interest groups — but doesn't hesitate to always carry the views of the business community and right wing think tanks? Are they not special interests groups? Or could it be that you prefer to slant the news?

That is what it is about, New Brunswick. Thank you, Madam Chair.

The Chairman: Thank you very much, and do please leave us a copy of your letter.

Senator Munson: I just want to go over very briefly the concept of a French print version of the CBC. Who would run it? Who would have the courage to step up to the plate?

Mr. Murphy: We found the ways and the means in this country, through our government, to structure the CBC. I think we can find the ways and means to structure and run, independently of government insofar as possible, a print CBC. We do not want to get into how you can do that, but it is possible.

Senator Munson: Well, it is not happening now. What do you predict will happen in the future, in the next 10, 15, 20 years? Will the lay of the land, the communications land of New Brunswick, just stay the same?

Mr. Murphy: No, no. It is gradually but certainly getting worse, not better. You have heard that from people who work in the industry, not just me. They are buying up everything. I very much fear, as do a lot of Acadians, that the next one to be taken over by the Irving print media will be *l'Acadie Nouvelle*. It is a matter of time, or they will be squeezed out of business totally.

[Translation]

Mr. Nadeau: I have two comments to make. Radio-Canada Internet and CTV Internet could also be expanded; the more news there is, the better things will be. I would have no problem with

point de vue. Ils se sont adressés à ce que nous considérons comme un groupe de réflexion de droite, l'Atlantic Institute for Management Studies, ou AIMS, si je me souviens bien du nom, et ont obtenu des observations détaillées du responsable de l'institut, et d'autres observations de la part du ministre des Entreprises Nouveau-Brunswick, qui a contesté l'article. Cependant, il n'y a eu aucun commentaire de la part du mouvement syndical qui était le sujet même de l'article. S'agit-il de journalisme équilibré? Je ne le crois pas. J'étais tellement mécontent que j'ai envoyé plus d'une lettre à ce journal et aucune n'a été publiée. J'en ai envoyé une autre le 15 septembre 2004, et je vous la laisserai.

La présidente : Avec plaisir.

M. Murphy : Le dernier paragraphe se lit comme suit :

Je crois que les lecteurs méritent une explication. Pourquoi le *Times & Transcript* refuse-t-il d'assurer une couverture équitable aux syndicats et aux autres organisations d'action sociale — ce que vous nommez les groupes d'intérêts — mais n'hésite pas à toujours présenter l'opinion des milieux d'affaires et des groupes de réflexion de droite? Ne s'agit-il pas de groupes d'intérêt? Ou serait-ce que vous préférez orienter l'information?

Voilà quelle est la situation au Nouveau-Brunswick. Je vous remercie, madame la présidente.

La présidente : Merci beaucoup, et je vous demanderais de bien vouloir nous laisser une copie de votre lettre.

Le sénateur Munson : J'aimerais aborder très brièvement la notion d'une version imprimée francophone du réseau de la SRC. Qui s'en occuperait? Qui aurait le courage d'assumer cette responsabilité?

M. Murphy : Nous avons trouvé les moyens dans ce pays, par l'intermédiaire de notre gouvernement, de structurer la SRC. Je crois que nous pourrions trouver des moyens de structurer et d'administrer, de façon aussi indépendante que possible du gouvernement, un journal qui serait l'équivalent imprimé de la SRC. Nous n'avons pas l'intention d'aborder les détails d'une telle entreprise, mais c'est possible.

Le sénateur Munson : Ce n'est pas en train de faire à l'heure actuelle. Selon vous, que se passera-t-il d'ici 10, 15 ou 20 ans? Est-ce qu'en matière de communication la situation au Nouveau-Brunswick restera la même?

M. Murphy : Non, non. Il est évident que la situation s'aggrave graduellement et ne s'améliore pas. Ceux qui travaillent dans l'industrie vous l'ont dit, et pas seulement moi. Ils achètent tout. Je crains beaucoup, comme le craignent un grand nombre d'Acadiens, que le prochain journal dont s'emparera le groupe de la presse écrite Irving sera *l'Acadie Nouvelle*. C'est une question de temps, ou ce journal finira par se trouver totalement évincé du marché.

[Français]

M. Nadeau : J'ai deux commentaires à faire. On pourrait aussi ajouter à la version Internet de Radio-Canada et celle de CTV aussi parce que plus il y aurait d'information, mieux ce serait,

Global, even in written format. I should also point out that, since February, I have been the new columnist at *Acadie Nouvelle*. Thankfully I am a French-speaker, because given my opinions, I do not think that I would get a job with an Irving newspaper.

The Chair: If it is any consolation to you, the representatives from *Acadie Nouvelle*, who were here earlier, explained that it would be virtually impossible for them to be bought due to the way they are currently structured.

Mr. Nadeau: Impossible is not a French word, nor it is a word in the Irving Group's vocabulary. That is the way it is.

[English]

The Chairman: Well, there are lots of lines about impossibility and I will not take up your time with them.

The justification for the CBC was initially, and still is, essentially, that there is a limit to the number of available broadcast frequencies and it is in the public interest to have some of them consecrated to public broadcasting. Indeed, that is the justification for all regulation of broadcasting. There is no such inherent limitation on the number of newspapers, and that is why not all, but most of the journalists and the people who are actually connected with the press who have appeared before us have said, "Do not even think about a print CBC because the price you pay in terms of potential government control is too great." What do you say to that?

Mr. Murphy: It is just the reverse, Madam Chairman. What is the potential for somebody who has the desire, the skills and the interest to establish a newspaper in this province? I have listened to them. You said, "Where can we go with impossibilities?" It is a virtual impossibility now to successfully establish a community or provincial newspaper in competition with the Irvings. I would suggest that is why a lot of the other big corporate players in the print media have not attempted it in this province. That is why it is needed.

The Chairman: Gentlemen, thank you both very much.

Honourable senators, members of the public, those who have presented and those who have listened so patiently, this has been a very long and lively day in which many points were made that bear serious thought and examination, and we will come back and do it all again tomorrow. We thank you all very much. We resume our proceedings in this room tomorrow morning at 9 a.m.

The committee adjourned.

même dans la version écrite, je n'aurais pas de problème avec *Global*. Je dois aussi avouer que je suis depuis le mois de février le nouveau chroniqueur à *l'Acadie Nouvelle*. Heureusement que je suis francophone, parce que je ne crois pas que j'aurais ce plaisir au journal d'Irving avec le genre de d'opinions que je peux avoir actuellement.

La présidente : Les représentants de *L'Acadie Nouvelle*, qui étaient ici tout à l'heure, nous ont dit que ce serait à peu près impossible avec leur structure actuelle que quelqu'un les achète, si cela peut vous rassurer.

M. Nadeau : Impossible n'est pas français et impossible n'est pas Irving non plus. C'est cela.

[Traduction]

La présidente : Eh bien, on pourrait parler longtemps de ce qui est impossible, et je n'ai pas l'intention de passer du temps là-dessus.

L'argument pour justifier la création de la SRC, c'est qu'au départ, et la situation est toujours la même essentiellement, c'est que le nombre de fréquences disponibles de radiodiffusion est limité et qu'il est dans l'intérêt public que certaines d'entre elles soient consacrées à la radiodiffusion publique. En fait, c'est la justification pour l'ensemble de la réglementation de la radiodiffusion. Il n'existe pas de limite inhérente équivalente en ce qui concerne le nombre de journaux et c'est la raison pour laquelle la plupart des journalistes et les personnes qui travaillent en fait dans le milieu de la presse qui ont comparu devant nous on dit, « N'envisagez même pas de créer une version imprimée de la SRC parce que le prix à payer, c'est-à-dire le risque de contrôle de la part du gouvernement, sera trop élevé ». Que répondez-vous à un tel argument?

M. Murphy : C'est en fait le contraire, madame la présidente : Quelles sont les possibilités pour ceux qui ont le désir, les compétences et l'intérêt d'établir un journal dans cette province? J'ai écouté ce qu'ils ont à dire, Vous avez dit, « Qu'est-ce qui est impossible? » Il est pratiquement impossible aujourd'hui de parvenir à établir un journal communautaire ou provincial qui fasse concurrence aux Irvings. Je crois que c'est la raison pour laquelle un grand nombre des autres importantes entreprises de la presse écrite n'en ont pas fait la tentative dans cette province. C'est la raison pour laquelle cela s'impose.

La présidente : Messieurs, je tiens à vous remercier tous les deux.

Chers collègues, membres du public, ceux qui ont fait des présentations et ceux qui les ont écoutées avec beaucoup de patience, cette journée a été très longue et animée et les nombreux points qui ont été soulevés méritent une réflexion et un examen sérieux, et nous recommencerons demain. Merci beaucoup à tous. Nous reprendrons nos délibérations dans cette salle demain matin à 9 heures.

La séance est levée.

Acadie Nouvelle:

Clarence LeBreton, President of the Board of Directors;
Jean St-Cyr, Managing Editor;
Gilles F. Haché, Director of Sales and Marketing.

Individuals:

John Steeves;
David Cadogan, Past President, Canadian Community Newspapers Association;
Jonathan Franklin;
Bernard Robichaud, Agence de presse atlantique inc.;
Bethany Thorne-Dykstra;
Eric Tobin;
Charles LeBlanc;
Gilles Haché, Le Moniteur Acadien;
Claude Bourque;
Kevin Matthews, Max Media Ltd.;
Maurice Rainville;
Jean-Marie Nadeau, New Brunswick Federation of Labour;
John Murphy, New Brunswick Federation of Labour.

L'Acadie Nouvelle :

Clarence LeBreton, président du Conseil d'administration;
Jean Saint-Cyr, rédacteur en chef;
Gilles F. Haché, directeur, ventes et marketing.

À titre personnel :

John Steeves;
David Cadogan, président sortant, Canadian Community Newspapers Association;
Jonathan Franklin;
Bernard Robichaud, Agence de presse atlantique inc.;
Bethany Thorne-Dykstra;
Eric Tobin;
Charles LeBlanc;
Gilles Haché, Le Moniteur Acadien;
Claude Bourque;
Kevin Matthews, Max Media Ltd.;
Maurice Rainville;
Jean-Marie Nadeau, Fédération des travailleuses et travailleurs du Nouveau-Brunswick;
John Murphy, Fédération des travailleuses et travailleurs du Nouveau-Brunswick.



If undelivered, return COVER ONLY to:
Public Works and Government Services Canada –
Publishing and Depository Services
Ottawa, Ontario K1A 0S5

En cas de non-livraison,
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada –
Les Éditions et Services de dépôt
Ottawa (Ontario) K1A 0S5

WITNESSES

Morning meeting:

As an individual:

Erin Steuter, Associate Professor, Department of Sociology, Mount Allison University.

The Guardian:

Gary MacDougall, Managing Editor.

As individuals:

Philip Lee, Director of Journalism, St. Thomas University;
Jackie Webster;
Robert Pichette.

Afternoon meeting:

As individuals:

David Henley;
Jack McAndrew.

(Continued on previous page)

TÉMOINS

Séance du matin :

À titre personnel :

Erin Steuter, professeure agrégée, Département de la sociologie, Université Mount Allison.

The Guardian :

Gary MacDougall, rédacteur en chef.

À titre personnel :

Philip Lee, directeur du journalisme, Université St. Thomas;
Jackie Webster;
Robert Pichette.

Séance de l'après-midi :

À titre personnel :

David Henley;
Jack McAndrew.

(Suite à la page précédente)



CAL
Y019
-T83



First Session
Thirty-eighth Parliament, 2004-05

Première session de la
trente-huitième législature, 2004-2005

SENATE OF CANADA

SÉNAT DU CANADA

*Proceedings of the Standing
Senate Committee on*

*Délibérations du Comité
sénatorial permanent des*

Transport and Communications

Transports et des communications

Chair:
The Honourable JOAN FRASER

Présidente :
L'honorable JOAN FRASER

Friday, April 22, 2005

Le vendredi 22 avril 2005

Issue No. 18

Fascicule n° 18

Thirty-eighth and thirty-ninth meetings on:
The current state of Canadian media industries

Trente-huitième et trente-neuvième réunions concernant :
L'état actuel des industries de médias canadiennes

WITNESSES:
(See back cover)

TÉMOINS :
(Voir à l'endos)

THE STANDING SENATE COMMITTEE ON
TRANSPORT AND COMMUNICATIONS

The Honourable Joan Fraser, *Chair*

The Honourable David Tkachuk, *Deputy Chair*
and

The Honourable Senators:

* Austin, P.C.
(or Rompkey, P.C.)
Carney, P.C.
Chaput
Eyton
Johnson

* Kinsella
(or Stratton)
Merchant
Munson
Phalen
Trenholme Counsell

*Ex officio members
(Quorum 4)

LE COMITÉ SÉNATORIAL PERMANENT DES
TRANSPORTS ET DES COMMUNICATIONS

Présidente : L'honorable Joan Fraser

Vice-président : L'honorable David Tkachuk
et

Les honorables sénateurs :

* Austin, C.P.
(ou Rompkey, C.P.)
Carney, C.P.
Chaput
Eyton
Johnson

* Kinsella
(ou Stratton)
Merchant
Munson
Phalen
Trenholme Counsell

*Membres d'office
(Quorum 4)

MINUTES OF PROCEEDINGS

DIEPPE, Friday, April 22, 2005
(42)

[English]

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day, at 9:08 a.m., in the Champlain Room, of the Ramada Plaza Crystal Palace Hotel, 499 Paul Street, Dieppe, New Brunswick, the Chair, the Honourable Joan Fraser, presiding.

Members of the committee present: The Honourable Senators Fraser, Munson, Tkachuk, and Trenholme Counsell (4).

In attendance: David M. Black, Special Advisor to the Committee.

Also in attendance: The official reporters of the Senate.

Pursuant to the Order of Reference adopted by the Senate on Tuesday, October 19, 2004, the committee continued its examination of the current state of Canadian media industries. (For complete text of Order of Reference, see proceedings of the committee, Issue No. 1, dated October 7, 2004.)

WITNESSES:

As an individual:

Marie-Linda Lord, Professor, Information and Communications Program, University of Moncton.

La Voix Acadienne:

Marcia Enman, General Director.

Ms. Lord made a statement and answered questions.

Ms. Enman made a statement and answered questions.

At 11:10 p.m., it was agreed that the committee adjourn to the call of the Chair.

ATTEST:

DIEPPE, Friday, April 22, 2005
(43)

[English]

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day, at 12:46 p.m., in the Champlain Room, of the Ramada Plaza Crystal Palace Hotel, 499 Paul Street, Dieppe, New Brunswick, the Chair, the Honourable Joan Fraser, presiding.

Members of the committee present: The Honourable Senators Fraser, Munson, Tkachuk, and Trenholme Counsell (4).

In attendance: David M. Black, Special Advisor to the Committee.

Also in attendance: The official reporters of the Senate.

PROCÈS-VERBAUX

DIEPPE, le vendredi 22 avril 2005
(42)

[Traduction]

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui, à 9 h 8, dans la salle Champlain de l'hôtel Ramada Plaza Crystal Palace, 499, rue Paul, à Dieppe, au Nouveau-Brunswick, sous la présidence de l'honorable sénateur Joan Fraser (*présidente*).

Membres du comité présents : Les honorables sénateurs Fraser, Munson, Tkachuk et Trenholme Counsell (4).

Aussi présent : David M. Black, conseiller spécial auprès du comité.

Également présents : Les sténographes officiels du Sénat.

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le mardi 19 octobre 2004, le comité poursuit son examen de l'état actuel des industries de médias canadiennes. (*Le texte complet de l'ordre de renvoi figure au fascicule n° 1 des délibérations du comité du 7 octobre 2004.*)

TÉMOINS :

À titre personnel :

Marie-Linda Lord, professeure, Programme en information-communication, Université de Moncton.

La Voix Acadienne :

Marcia Enman, directrice générale.

Mme Lord fait une déclaration puis répond aux questions.

Mme Enman fait une déclaration puis répond aux questions.

À 11 h 10, il est convenu que le comité suspende ses travaux jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

ATTESTÉ :

DIEPPE, le vendredi 22 avril 2005
(43)

[Traduction]

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui, à 12 h 46, dans la salle Champlain de l'hôtel Ramada Plaza Crystal Palace, 499, rue Paul, à Dieppe, au Nouveau-Brunswick, sous la présidence de l'honorable Joan Fraser (*présidente*).

Membres du comité présents : Les honorables sénateurs Fraser, Munson, Tkachuk et Trenholme Counsell (4).

Aussi présent : David M. Black, conseiller spécial auprès du comité.

Également présents : Les sténographes officiels du Sénat.

Pursuant to the Order of Reference adopted by the Senate on Tuesday, October 19, 2004, the committee continued its examination of the current state of Canadian media industries. (For complete text of Order of Reference, see proceedings of the committee, Issue No. 1, dated October 7, 2004.)

WITNESS:

The Brunswick News:

Victor Mlodecki, Vice-President and General Manager.

Mr. Mlodecki made a statement and answered questions.

At 2:22 p.m., it was agreed that the committee adjourn to the call of the Chair.

ATTEST:

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le mardi 19 octobre 2004, le comité poursuit son examen de l'état actuel des industries de médias canadiennes. (*Le texte complet de l'ordre de renvoi figure au fascicule n° 1 des délibérations du comité du 7 octobre 2004.*)

TÉMOIN :

The Brunswick News :

Victor Mlodecki, vice-président et directeur général.

M. Mlodecki fait une déclaration puis répond aux questions.

À 14 h 22, il est convenu que le comité suspende ses travaux jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

ATTESTÉ :

Le greffier du comité,

Till Heyde

Clerk of the Committee

EVIDENCE

DIEPPE, Friday, April 22, 2005

The Standing Senate Committee on Transport and Communications is meeting today at 9:08 a.m. to examine the present state of the Canadian media industries; trends and emerging developments within those industries, the role, the rights and obligations of the media in Canadian society and the present and future policies relevant to those industries.

Senator Joan Fraser (*Chairman*) takes the chair.

[*Translation*]

The Chairman: I would like to mention the extraordinary contribution of our Moncton witnesses as well as the faithful attendance of the members in the audience. We were told yesterday that there were more people in the audience in Vancouver than here, however, on a per capita basis, Moncton is far more impressive.

Honourable senators, welcome once again to this hearing of the Senate Committee on Transport and Communications in Dieppe. We are continuing our hearings on our examination of the state of the Canadian media industries.

[*English*]

The committee is looking in particular at the appropriate role of public policy in connection with the news media and helping to ensure that the media remain healthy, independent and diverse in light of the tremendous changes that have occurred in recent years, notably technological change, globalization, convergence and increased concentration of ownership.

[*Translation*]

It is a pleasure to welcome Ms. Marie-Linda Lord, professor and past director of the Information and Communications Program at the Université de Moncton. Ms. Lord was a journalist at Radio-Canada and can thus give us several points of view on this matter. Welcome, Ms. Lord.

We would ask you to make a presentation lasting about 10 minutes, and then we will proceed with questions. You have the floor.

Ms. Marie-Linda Lord, Professor, Information and Communications Program, Université de Moncton, as an individual: Thank you, Madam Chairman. You heard a lot about the Irving empire yesterday and I can tell you this morning that you will hear about them again today because everything has not been said yet. All the testimony, during these two days in Moncton, have served to identify the pieces of the puzzle of this increasing and worrisome press monopoly in New Brunswick. First, I would like to say a few words about the challenges faced by the Acadian media in this press monopoly

TÉMOIGNAGES

DIEPPE, le vendredi 22 avril 2005

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui à 9 h 8 pour étudier l'état actuel des industries de médias canadiens; les tendances et les développements émergents au sein de ces industries; le rôle, les droits et les obligations des médias dans la société canadienne; et les politiques actuelles et futures pertinentes à ces industries.

Le sénateur Joan Fraser (*présidente*) occupe le fauteuil.

[*Français*]

La présidente : J'aimerais mentionner l'apport extraordinaire de nos témoins de Moncton ainsi que la fidélité des membres du public. On disait hier qu'il y avait plus de membres du public à Vancouver qu'ici, par contre, per capita, c'est beaucoup plus impressionnant à Moncton.

Honorables sénateurs, bienvenue de nouveau à cette audience du Comité sénatorial des transports et des communications, à Dieppe. Nous continuons nos audiences au sujet de notre étude sur l'état des industries de médias canadiens.

[*Traduction*]

Le comité étudie plus particulièrement le rôle que doit jouer la politique de l'État en ce qui concerne les médias d'information, pour faire en sorte que les médias restent sains, indépendants et diversifiés dans le contexte des changements énormes que l'on a connus ces dernières années, notamment le progrès technologique, la mondialisation, la convergence et une concentration accrue des titres de propriété entre les mêmes mains.

[*Français*]

Il me fait grand plaisir d'accueillir Mme Marie-Linda Lord, professeure et anciennement directrice du programme en Information-Communications à l'Université de Moncton. Madame Lord fut journaliste à Radio-Canada, et a donc plusieurs points de vue sur le sujet. Madame Lord, bienvenue chez nous.

On vous demande de faire une présentation d'une dizaine de minutes et ensuite on procèdera aux questions. La parole est à vous.

Mme Marie-Linda Lord, professeure, Programme en information-communication, Université de Moncton, à titre personnel : Merci, madame la présidente. Vous avez beaucoup entendu parler de l'empire Irving hier, je vous annonce ce matin que vous allez encore en entendre parler aujourd'hui, parce que tout n'a pas été dit. Tous les témoignages, au cours de ces deux jours à Moncton, ont pour but d'identifier les morceaux de casse-tête que représente ce monopole de presse croissant et inquiétant au Nouveau-Brunswick. J'aimerais d'abord vous entretenir sur les défis des médias acadiens dans ce contexte de monopole de presse,

context and also about the challenges facing the Acadian community when it comes to using French in a minority context in New Brunswick.

I would like to address two opposite and different media realities that go along side by side in New Brunswick: the logic of capitalism and the logic of community. It is a pleasure to address this topic this morning because many of yesterday's presentations, except the one made by *L'Acadie Nouvelle*, almost exclusively talked about the situation of anglophones in New Brunswick. There is one reality that cannot be ignored in our province and it is that of the Acadian community.

The two systems of logic, capitalist and community are more and more successful and are creating a new media landscape especially in New Brunswick's Acadie. On the one hand, there is the increased presence of that entrepreneurial giant that is the Irving Group in the Acadian print media and, on the other hand, the unprecedented popular success of French-language community radio stations. Both characteristics would seem like a contradiction.

On the one hand, an omnipresent capitalist empire controlling many sectors of our economic activities simultaneously. Yesterday, as we heard a few times, we found out that there are 300 companies belonging to the Irving empire in New Brunswick and as part of that empire, you have almost all of the anglophone print media and a non-negligible portion of the francophone print media which, traditionally, has been used to serve the third of the population that wants to have a public face for itself and by itself.

On the other side, you have a network of community radio stations scattered all over the territory which, daily, reaches three-quarters of the francophones in this province and gives them a voice which allows the Acadian community to listen to itself and what it has to say for the first time in its history.

This situation may seem paradoxical for some but it can be explained, or at least, a partial one. While, over the last two years, the Irving empire has substantially increased the number of newspapers it owns in the province, the network of community radio stations, on the other hand, has also been gradually growing. In 1988, we saw the birth of our first community radio station and at the end of 2005, there will be nine throughout the province. The omnipresence of an empire with financial resources that are unrivalled in New Brunswick and the huge popularity of community radio stations with very little in the way of financial resources present a problem, each in its own way, for journalistic production in New Brunswick.

The independence of the print media, which was a source of pride for the Acadian community, has been seriously undermined since the Irving empire managed to increase the number of French-language newspapers it owns. The phenomenon of media concentration is spreading across the western world, and New Brunswick is not immune to it. On the contrary, New Brunswick probably has one of the worst cases, not just of media concentration but of downright monopoly, in any

et aussi des défis de la communauté acadienne au niveau de la prise de parole en français dans un contexte qui est minoritaire au Nouveau-Brunswick.

Je veux vous parler de deux réalités médiatiques opposées et différentes, qui se côtoient au Nouveau-Brunswick : la logique capitaliste et la logique communautaire. Cela me fait un grand plaisir d'en parler ce matin parce que plusieurs des présentations d'hier, sauf celle de *L'Acadie Nouvelle*, parlaient presque exclusivement de la situation des anglophones au Nouveau-Brunswick. Il y a une réalité qu'on ne peut ignorer dans notre province, et c'est celle de la communauté acadienne.

Les deux logiques, capitaliste et logique communautaire, gagnent du terrain et font apparaître un nouveau paysage médiatique, notamment dans l'Acadie du Nouveau-Brunswick. D'une part, il y a la présence accrue du géant entrepreneurial qu'est le Groupe Irving dans la presse écrite acadienne, et d'autre part, le succès populaire sans précédent des radios communautaires de langue française. Les deux caractéristiques apparaissent telle une contradiction.

D'un côté, un empire capitaliste omniprésent contrôle plusieurs secteurs d'activités économiques simultanément. Hier, on l'a entendu à quelques reprises, il existe 300 compagnies qui appartiennent à l'empire Irving au Nouveau-Brunswick, et dans cet empire, on compte la presque totalité de la presse écrite anglophone et une partie non négligeable de la presse écrite francophone, une presse, qui a traditionnellement été engagée pour desservir le tiers de la population qui veut être visible dans l'espace public pour elle-même et par elle-même.

De l'autre côté, on retrouve un réseau de radios communautaires réparti sur le territoire et qui rejoint quotidiennement les trois quarts des francophones de la province et lui donne notamment la parole, ce qui permet à la communauté acadienne de s'entendre pour la toute première fois de son histoire.

Cette situation peut paraître paradoxale pour certains, mais elle s'explique, du moins, en partie. Alors que depuis deux ans l'empire Irving augmente considérablement le nombre de journaux lui appartenant dans la province, le réseau de radios communautaires, pour sa part, grossit lui aussi graduellement. En 1988, on a vu apparaître une première station de radio communautaire, et à la fin de l'année 2005, il y en aura neuf dans toute la province. L'omniprésence d'un empire disposant de moyens financiers inégalés au Nouveau-Brunswick et la grande popularité des radios communautaires disposant de peu de moyens financiers posent donc problème, chacune à leur façon, pour la production journalistique au Nouveau-Brunswick.

L'indépendance de la presse écrite, qui était une source de fierté pour la communauté acadienne, est dorénavant atteinte sérieusement depuis l'augmentation de titres en français dans les journaux appartenant à Irving. On sait que la concentration des médias est un phénomène qui ne cesse de s'étendre partout dans le monde occidental et le Nouveau-Brunswick n'y échappe pas. Je pense que le Nouveau-Brunswick, qui est un territoire géopolitique, connaît l'une des situations les plus prononcées,

geopolitical region in the country. And while on the subject of monopoly, Irving's vast business empire should never be far from our thoughts. Irving does not just monopolize the press.

The Irving empire now owns more than two-thirds of all of New Brunswick's publications, a situation which begs the following question: is there still time for New Brunswick and Acadia to be concerned about this monopoly, or does it already have a stranglehold?

While newspaper ownership seems to be steadily slipping away from it, the Acadian community is expanding its radio holdings, thanks to government subsidies which have allowed it to set up more community radio stations. On the home page of its website, the Association des radios communautaires acadiennes du Nouveau-Brunswick, an association which we call the ARCANB, proudly asserts that community radio stations are, and I quote "a democratic model of communication," since they belong to the communities that run them, in part thanks to public funding. One of ARCANB's goals is to revitalize the community by legitimizing the Acadian language in the public domain. However, news coverage is not always a priority for community radio.

Between the two media poles — press monopoly and community radio stations — stand *L'Acadie Nouvelle*, whose representatives appeared before this committee yesterday, and Radio-Canada Atlantique's radio and television network, which, in delivering information, keep the Acadian cause on course.

There is a new danger looming of the newsrooms of Radio-Canada Atlantique and *L'Acadie Nouvelle*: the chronic shortage of new blood. The Irving empire is sticking its nose in once again. The Université de Moncton, which has been recognized as the institution that has made the biggest contribution over the last 40 years to the development of the Acadian community, accepted a \$1-million donation from the Irving empire in January 2005, so very recently, to establish the Roméo LeBlanc chair of journalism studies under its Information and Communications Program. Naming it after Roméo LeBlanc, who was a journalist before becoming a cabinet minister in the Trudeau government, and later Governor General of Canada, honours a highly-regarded Acadian personality and in a sense Acadianizes the chair.

As you know, we found out yesterday that a similar donation was made to the English-language journalism program at St. Thomas University in Fredericton, in this case, the chair bears the Irving name. An advisory committee of six people, including a member of the Irving family, will oversee the activities funded by the chairs, out of an annual budget of \$45,000 each. The \$1-million donation has been all over the headlines, but it is important to understand that the Irvings have, in fact, only

non seulement de concentration de la presse, mais bien de monopole inégalé sur un territoire géopolitique au Canada. Et quand on parle de monopole, il ne faut jamais oublier tout l'empire entrepreneurial qu'est Irving. Ce n'est pas simplement une question de problème de monopole de presse.

L'empire Irving est maintenant propriétaire de plus des deux tiers des publications existant au Nouveau-Brunswick et la question que l'on peut se poser est la suivante : est-il encore temps pour le Nouveau-Brunswick et l'Acadie de se préoccuper de ce monopole ou la main mise est-elle déjà trop bien assimilée?

Alors que la propriété des journaux semble échapper de plus en plus à la communauté acadienne, cette dernière a agrandi son territoire radiophonique grâce à l'octroi de subventions gouvernementales qui lui permettent de créer un plus grand nombre de radios communautaires. Sur la page d'accueil de son site Internet, l'Association des radios communautaires acadiennes du Nouveau-Brunswick, qu'on appelle l'ARCANB, est fière d'affirmer que les radios communautaires constituent, et je cite « un modèle démocratique de communication », c'est-à-dire que la radio communautaire appartient grâce partiellement au fonds public, à la communauté qui en assure la gestion. Un objectif poursuivi par l'ARCANB est celui d'une revitalisation communautaire qui passe par la légitimation de la langue acadienne dans l'espace public. Or, l'information n'est toutefois pas une priorité pour les radios communautaires.

Entre les deux pôles médiatiques — monopole de presse et radios communautaires au Nouveau-Brunswick — se faufile bien sûr *L'Acadie Nouvelle* dont vous avez entendu les représentants hier, ainsi que la radio et la télévision de Radio-Canada Atlantique, qui, dans la livraison de l'information maintiennent le cap sur la cause acadienne.

Un nouveau danger guette toutefois les salles de nouvelles de Radio-Canada Atlantique et de *L'Acadie Nouvelle* : le manque chronique de relève provenant du milieu. L'empire Irving s'interpose encore une fois. L'Université de Moncton, une institution reconnue comme celle contribuant le plus depuis 40 ans au développement de la communauté acadienne, a accepté en janvier 2005, donc tout récemment, un don d'un million de dollars de l'empire Irving pour la création de la chaire d'études Roméo LeBlanc en journalisme rattachée à son Programme d'information-communication. Donner le nom de Roméo LeBlanc, qui avait été journaliste avant de devenir ministre dans le gouvernement libéral de M. Trudeau et, ensuite, gouverneur général du Canada, honore ainsi une personnalité acadienne respectée mais surtout acadianise la chaire Irving.

Un don similaire a également été versé, vous le savez, on l'a su hier, au programme de journalisme de langue anglaise de l'Université de Saint Thomas de Fredericton, où la chaire porte le nom Irving. Un comité avisier composé de six personnes, dont un membre de la famille Irving, veillera aux activités financées par les chaires qui disposeront de 45 000 \$ chacune par année. On a fait beaucoup la manchette avec le million, mais en fait, il faut vraiment être conscient qu'il s'agit de seulement 45 000 \$ par

committed \$45,000 per year; this amount will be used to cover the costs of guest instructors and journalists to provide, and I quote, "students with a better education." Who will these guests be?

Furthermore, the Université de Moncton and the Irving empire (as well as St. Thomas University on the English side) have also signed a two-year trial agreement, in the wake of a \$170,000 donation, to establish various co-op terms and internships at Irving newspapers for students from the Information and Communications Program. There are no such arrangements between the Université de Moncton and any other media companies, be they local or from elsewhere. How will this affect students' traditional interest in doing an unpaid work term in one of the newsrooms at Radio-Canada or *L'Acadie Nouvelle*, as has always been the way, when they can now earn at least \$10 an hour at an Irving newspaper?

It is no longer a level playing field. Irving has now bought its way into both of New Brunswick's university-level journalism programs. What will the media and business empire do next to extend its reach?

Acadia should be more careful. It has extensive experience in combating linguistic assimilation, and sooner rather than later, it had better exercise its well-honed reflexes to resist what appears to be a genuine threat of journalistic assimilation of the print media. The number of hold-outs is declining; yesterday, our fallen comrades appeared before the committee to speak of their unequal, insurmountable struggle. It has become imperative to keep a closer eye on this media predator. Acadia surely does not want to be reduced to reading about itself in newspapers that belong to the Irving empire. This would go against its vision of the future, not to mention all the consequences and dangers that an even bigger monopoly would hold for freedom of the press, the independence of journalists, the primacy of information, respect for the idea of public service, and social responsibility in Acadia.

In other parts of the Western world, a fifth power is being born: an activist civic force that is manifesting itself in particular in the establishment of media watch organizations consisting of professional journalists, academics and ordinary media users.

In January 2003, Media Watch Global was formed in Porto Alegre, Brazil, to oppose the extraordinary power of the mass media corporations, such as the American giants AOL Time Warner, General Electric, Microsoft and Disney, to name only a few. A similar Media Watch Organization was founded just over a year ago in Paris to monitor the national scene in France. In Canada, media concentration is very real, as we too have our giants: CanWest Global Communications, Rogers Communications, Transcontinental, Quebecor, Gesca, Irving and others. It is in relation to these media giants that French

année. Donc, ces 45 000 \$ serviront à défrayer les coûts de séjours de professeurs et de journalistes invités dans le but, et je cite « d'améliorer la formation des étudiants ». Qui seront ces invités?

De plus, l'Université de Moncton et l'empire Irving, ainsi que l'Université de Saint-Thomas de son côté, ont également conclu une entente de deux ans, expérimentale, à la suite d'un don de 170 000 \$, visant la création de divers stages d'apprentissage et d'internat dans les journaux d'Irving, à l'intention des étudiants et des finissants du programme d'information-communication. De tels protocoles de stage n'existent pas entre l'Université de Moncton et d'autres entreprises médiatiques, que ce soit du milieu ou d'ailleurs. Qu'advient-il de l'intérêt traditionnel de nos étudiants d'effectuer un stage en milieu professionnel sans rémunération à l'une des salles des nouvelles de Radio-Canada ou de *L'Acadie Nouvelle*, comme cela a toujours été le cas jusqu'à maintenant, alors qu'ils peuvent dorénavant recevoir un salaire d'au moins 10 \$ de l'heure dans l'un des journaux d'Irving.

La compétition est devenue inégale. Grâce à l'argent, Irving est maintenant présent dans les deux programmes universitaires de formation journalistique du Nouveau-Brunswick. Quelle sera la prochaine démarche de l'empire médiatique et entrepreneurial pour étendre davantage sa portée?

L'Acadie devrait se montrer plus vigilante. Elle, qui a une longue expérience dans la lutte contre l'assimilation linguistique, devrait, plus tôt que tard, puiser dans ses réflexes pourtant aguerris afin de lutter contre ce qui semble être une véritable menace d'assimilation journalistique de la presse écrite. Les irréductibles se font de moins en moins nombreux, et vous en avez entendu ceux qui sont tombés au combat hier, et qui sont venus témoigner de cette lutte inégale et insurmontable. La nécessité de surveiller de plus près ce prédateur médiatique est devenue impérative. L'Acadie ne veut sans doute pas être réduite à se lire dans une presse appartenant à l'empire Irving. Ce serait à l'encontre de son projet de société, sans compter tous les effets et dangers qu'un monopole encore plus grand représenterait pour la liberté de la presse, l'autonomie des journalistes, la primauté de l'information, le respect de la notion de service public et la responsabilité sociale en Acadie.

Ailleurs, dans le monde occidental, un cinquième pouvoir est en train de naître : une force civique citoyenne qui se concrétise notamment par la création d'observatoires des médias, regroupant des journalistes professionnels, des universitaires et des citoyens usagers des médias.

En janvier 2003, à Porto Alegre au Brésil, l'Observatoire international des médias mieux connu sous le nom Media Watch Global, a été créé pour s'opposer aux super pouvoirs des grands médias de masse, tels les géants AOL Time Warner, General Electric, Microsoft, Disney, pour ne nommer que ceux-là. Il y a plus d'un an, à Paris, c'est l'Observatoire français des médias qui était fondé pour jouer ce rôle sur la scène nationale en France. Au Canada, la concentration des médias est bien réelle parce que nous avons aussi nos géants : Can West Global, Rogers, Transcontinental, Quebecor, Gesca, Irving et d'autres. C'est

journalist Jean-François Kahn's controversial views take on a clear meaning, and I quote:

It did not matter so much when the owner only published newspapers or if he had a canning plant as well. But when the owner has multiple interests, which correspond to an entire industry at the national and international level, it is a problem for freedom of the press. The real problem arises when media concentration converges with economic concentration [...] Liberalism makes us reluctant to limit the growth of the media conglomerates, but that liberalism is leading to identical one-track discourse and one-track thinking in the media outlets belonging to the same conglomerate. We are reinventing communism, albeit on a private basis!

This is indeed a paradox of neo-liberalism which compels us to think about press monopolies. The one in New Brunswick is flourishing and is even close to saturating the market. It has become imperative to monitor the press in our province. How can we do that? It would undoubtedly be a good idea to have a media watch organization in Canada, with offices in the various provinces, including New Brunswick. Perhaps we could locate one of the offices right next to the Irving chairs of journalism studies which have been set up in New Brunswick's two universities?

Madam Chairman, with your permission, I would like to suggest that, when formulating your recommendations, it is of the utmost importance that you do not ignore Canada's different regional and provincial realities. In 1981, the Kent Commission made recommendations to restrict press concentration in Canada; amongst other recommendations, the commission advocated that no press group or individual owner have a print run exceeding 5 per cent of Canada's total dailies market. That is a far cry from the situation in Canada today.

But at the time, that recommendation left the way open to Irving in New Brunswick, with only 2 per cent of national circulation at the time. Irving now has 85 per cent of the circulation of New Brunswick dailies, leaving 15 per cent to *L'Acadie Nouvelle*, and that is why I emphasize the need to keep provincial realities in mind in making your recommendations.

[English]

Senator Tkachuk: Thank you for your presentation.

You talked about the power of the Irving family and the ownership of the media. If they did not have all of these other interests, would their ownership of all the English-language newspapers or their ownership of the newspapers in New Brunswick still be a monopoly situation that would cause you problems?

devant ces géants médiatiques que les propos controversés du journaliste français Jean-François Kahn prennent un sens certain, et je le cite :

Ce n'était pas si grave quand le propriétaire ne faisait que publier des journaux ou s'il fabrique en plus quelques boîtes de conserve. Mais lorsque les intérêts du propriétaire sont multiples et font corps avec une activité économique complète au plan national et international, c'est un problème à la liberté de presse. Le problème véritable survient quand la concentration de la presse converge avec la concentration économique [...] On ne veut pas freiner l'expansion des groupes médiatiques au nom du libéralisme mais ce libéralisme est en train de mener au même discours unique et à la pensée unique dans les médias appartenant au même groupe. On se trouve à réinventer le communisme sur une base privée!

Voilà certes l'un des paradoxes du néo-libéralisme qui force à réfléchir sur les monopoles de presse. Le paradoxe présent au Nouveau-Brunswick est en pleine croissance et est même tout près de la saturation du marché. La nécessité de surveiller dorénavant la presse dans cette province est devenue impérative. Comment y parvenir? Sans doute qu'un observatoire des médias aurait sa raison d'être au Canada avec des centres dans les provinces, dont le Nouveau-Brunswick. Peut-être l'un de ces centres pourrait-il loger à côté des chaires d'études en journalisme Irving dans les deux universités du Nouveau-Brunswick?

L'important dans vos recommandations, si je peux me permettre, madame la présidente, c'est de ne pas négliger les réalités régionales et provinciales à travers le pays. On se souviendra en 1981 que la Commission Kent avait fait des recommandations pour limiter la concentration de la presse au Canada. Entre autres recommandations, la commission préconisait que le tirage de tout propriétaire de presse ne devait pas dépasser cinq pour cent — on est loin de cette réalité aujourd'hui — dans l'ensemble des quotidiens du Canada.

Or, à l'époque, cette recommandation laissait le champ libre à Irving au Nouveau-Brunswick, qui n'avait alors que deux pour cent des tirages sur la scène nationale. Or, Irving a, en ce moment, 85 p. 100 du tirage des quotidiens du Nouveau-Brunswick, laissant 15 p. 100 du tirage à *L'Acadie Nouvelle*, d'où mon insistance à ne pas oublier les réalités provinciales dans vos recommandations.

[Traduction]

Le sénateur Tkachuk : Je vous remercie de votre exposé.

Vous avez parlé du pouvoir de la famille Irving et de sa mainmise sur les médias. Si elle ne détenait pas tous ces autres intérêts, sa mainmise sur tous les journaux de langue anglaise ou sur tous les journaux du Nouveau-Brunswick constituerait-elle toujours à vos yeux une situation monopolistique qui pose problème?

[Translation]

Ms. Lord: It is almost impossible to answer that hypothetical question because that is not the reality. They own over 300 companies in the province, and that greatly exacerbates the press monopoly problem.

If you want to get into hypotheticals, in any press monopoly situation, a company that owns a number of newspapers should not also own other companies in other economic sectors, and then the problem would not be so big. The problem in terms of diversity and plurality of opinions would be there too, except that here the problem is exacerbated because the freedom of the press in New Brunswick belongs almost exclusively now to Irving. In France, being the intellectual country that it is, this situation is written about and discussed extensively, like nowhere else in the world. A media expert by the name of Serge Alimi says flat out that freedom of expression now belongs to those who own it. So Irving owns freedom of expression through its newspapers, and controls everything that is said, and more importantly, not said. That is also part of the problem. All of the blind spots, all of the unheard voices, are important, at times even more important than what is said, and yesterday, that really came out in the presentations. It is all of the unknowns that cannot be discussed in New Brunswick and that affect a large part of the provincial economy. And we all know that the economy is not a negligible facet of any society.

[English]

Senator Tkachuk: Are they a monopoly without all these other interests? Do the newspapers have different editorials, or are all of the editorials the same in all of the newspapers? Do they have differences of opinion amongst themselves? Is there any evidence that they have that freedom?

[Translation]

Ms. Lord: Evidence that they have that freedom? Well, there are three different editorial teams for the three dailies, but in the past two years, since Irving started acquiring more weeklies, what has happened, and is happening elsewhere too, is that the Irving Group has standardized the editorial content of its weeklies. The editorial writer for one of the weeklies, in the Miramichi area, became the editorial writer for all of the weeklies that belong to Irving. We have seen this phenomenon elsewhere in Canada, where an attempt was made to impose a single editorial on newspapers with a common owner, and the person chosen at the time of the agreement of purchase and sale of the newspapers did not last very long. He resigned. So for weeklies, there has been a standardization of editorial positions. For dailies, clearly, there are three editorial teams, there are three journalists at the legislative assembly but the fact remains that in some cases, they will say the same thing, and in other cases, they will take different positions. The dailies position themselves in terms of their readership. For example, the Moncton *Times & Transcript* is very Moncton-centric, whereas the *Telegraph-Journal*, which

[Français]

Mme Lord : On ne peut presque pas répondre à cette question hypothétique parce que ce n'est pas la réalité. Ils sont propriétaires de plus de 300 compagnies dans la province, et cela accentue énormément le problème du monopole de presse.

Si on veut aller dans l'hypothétique, il faudrait, dans toute situation de monopole de presse, que la compagnie propriétaire de plusieurs journaux ne soit pas propriétaire d'autres compagnies dans d'autres secteurs économiques, le problème serait moins grand, mais le problème au niveau de la diversité, la pluralité des opinions serait là également, sauf qu'ici le problème est accentué parce que la liberté de presse au Nouveau-Brunswick appartient maintenant presque exclusivement à Irving. En France, étant un pays intellectuel comme il l'est, on écrit et on discute beaucoup de cette situation comme nulle part ailleurs dans le monde. Un spécialiste des médias qui s'appelle Serge Alimi dit carrément que la liberté d'expression appartient maintenant à ceux qui la possèdent. Irving possède donc la liberté d'expression à travers ses journaux, et peut contrôler tout ce qui se dit, et surtout ce qui ne se dit pas. C'est aussi une partie du problème. Tous les angles morts, tous les silences sont importants, voire des fois plus importants que ce qui se dit et hier, c'est ce qui ressortait beaucoup dans les présentations. C'est tout ce qu'on ne sait pas et tout ce dont on ne peut pas discuter au Nouveau-Brunswick qui touche une grande partie de l'économie de la province, et on sait que l'économie, c'est quand même une facette non négligeable dans une société.

[Traduction]

Le sénateur Tkachuk : Les Irving constituent-ils un monopole s'ils ne détiennent pas tous ces autres intérêts? Les éditoriaux de chaque journal sont-ils différents ou sont-ils tous pareils dans l'ensemble des journaux? Y a-t-il des divergences d'opinions entre les journaux? Y a-t-il des preuves qu'ils jouissent de cette liberté-là?

[Français]

Mme Lord : Des évidences qu'ils ont cette liberté? Bien, il y a trois équipes éditoriales différentes pour les trois quotidiens sauf qu'au cours des deux dernières années, depuis qu'Irving s'est mis à acquérir davantage des journaux hebdomadaires, une chose s'est produite et qui se produit ailleurs aussi, c'est le Groupe Irving a uniformisé le contenu éditorial des hebdo. Celui qui était éditorialiste pour l'un des hebdomadaires dans la région de Miramichi est alors devenu l'éditorialiste pour l'ensemble des hebdomadaires qui appartenaient à Irving. On a vu ce phénomène ailleurs au Canada où l'on a essayé d'imposer l'éditorial unique au sein d'une même propriété de journaux et celui qui avait été choisi lors de l'entente d'achat et de vente des journaux n'a pas duré très, très longtemps. Il a démissionné. Au niveau des hebdomadaires, on a donc vu une uniformisation de la position éditoriale. Pour les quotidiens, évidemment, il y a trois équipes éditoriales, il y a trois journalistes à l'assemblée législative mais il reste que dans certains cas, ils vont dire la même chose, et dans d'autres cas, ils vont prendre des positions différentes. Les quotidiens se positionnent par rapport à leur lectorat. Par

holds itself out to be a provincial newspaper, has a vision and tone that is a bit more province-wide when it comes to the positions it takes. The *Daily Gleaner* is closer, if you will, to the provincial political machine, so it is a bit more political, and the *Telegraph-Journal* covers that ground too.

Yesterday, my counterpart, who is a journalism professor at l'Université Saint-Thomas, and former journalist at the *Telegraph-Journal*, said that one of the things he noticed in the newsroom in St. John, was how pronounced the self-censorship was. And he even said that the self-censorship was even greater among the bosses, the senior editors. They felt it much more, and you could even go further. You can talk about self-censorship, and you can even talk about internalized censorship, that is, it gets to the point that journalists are no longer even aware of it, and so they look for scoops elsewhere. They know where they are not to go looking for stories. So they look for them elsewhere, they revel in other stories, and eventually lose sight of the fact that they are practicing self-censorship. The censorship is internalized, and I think that this is a universal phenomenon of press monopolies. It is not exclusive to Irving, and it is the same for other press conglomerates.

[English]

Senator Tkachuk: I am asking you questions on the other ownership because I come from Saskatchewan, a province that has the same situation in the sense that we have always been a monopoly province. It was the Siftons, the Thomsons and then it was Conrad Black who owned almost all the dailies in the province. Now it is CanWest. I do not remember the debate about whether they were a monopoly or not because they were not involved in any other businesses outside of that.

Then, of course, there is television: CTV and CanWest. There are also a whole bunch of weeklies and radio stations that are owned by different people.

I want to talk about community radio because we have not had any testimony on that subject. How does it work? Is it funded by the province or by the federal government through Heritage Canada? How is it set up? Is it set up as a co-op? Perhaps you could tell us a little bit community radio and how it is set up corporately.

[Translation]

Ms. Lord: It starts with a federal government grant. Then there are networks that become almost self-sufficient through advertising, despite an advertising quota. For example, here, very close to Moncton, in Shediac, there is radio station CJSE, which is an unprecedented success in Canada. Proportionately, all languages combined, it is the radio station with the highest ratings

exemple, le *Times & Transcript* à Moncton est très Moncton centriste alors que le *Telegraph-Journal*, qui se veut un journal provincial, aura une vision et un discours un peu plus provincial dans ses prises de position. Le *Daily Gleaner* est plus près, si on veut, de l'appareil politique de la province, donc il est un peu plus politique, et le *Telegraph-Journal* ne laisse pas sa place à ce niveau.

Hier, mon homologue, qui est professeur de journalisme à l'Université Saint-Thomas, et ancien journaliste au *Telegraph-Journal*, disait que l'une des choses qu'il a remarqué en entrant dans la salle des nouvelles à Saint-Jean, a été comment l'autocensure était prononcée. Et il a même dit que l'autocensure était encore plus grande du côté les patrons, soit les « senior editors ». C'était beaucoup plus senti, et même qu'on pourrait aller plus loin. On parle d'autocensure, et l'on peut même parler de censure intégrée, c'est-à-dire qu'on n'en devient même plus conscient, donc, les journalistes peuvent se chercher des « scoops » ailleurs. On sait où l'on ne doit pas regarder et où l'on ne doit pas chercher des histoires. On les cherche donc ailleurs, on se glorifie avec d'autres histoires, et à un moment donné, on n'est même plus conscients qu'on fait de l'autocensure. La censure est intégrée, et je pense que c'est un phénomène universel au niveau du monopole de presse. Ce n'est pas exclusif à Irving et c'est également le cas dans les autres conglomérats de presse.

[Traduction]

Le sénateur Tkachuk : Je vous pose des questions sur leurs autres intérêts, parce que je viens de la Saskatchewan, province qui connaît une situation semblable, dans la mesure où nous avons toujours été une province où régnait un monopole. Il y a d'abord eu les Sifton, suivi des Thomson, puis de Conrad Black, qui était propriétaire de presque tous les quotidiens de la province. Maintenant, cela appartient à CanWest. Je ne me souviens pas que l'on se soit posé la question de savoir si c'était un monopole ou non, parce que ces propriétaires n'étaient pas propriétaires d'autres entreprises, oeuvrant dans d'autres secteurs.

Ensuite, bien sûr, il y a la télévision : CTV et CanWest. Il y a aussi toute une série d'hebdomadaires et de stations radio qui appartiennent à divers propriétaires.

Je voudrais parler un peu de la radio communautaire. Nous n'avons pas eu de témoignages sur cette question. Comment cela fonctionne-t-il? Est-elle financée par la province ou par le gouvernement fédéral, par l'entremise de Patrimoine Canada? Comment cela est-il organisé? S'agit-il d'une coopérative? Vous pourriez peut-être nous parler un peu de la radio communautaire et de la façon dont ses structures d'entreprise sont organisées

[Français]

Mme Lord : Le démarrage se fait à l'aide de l'octroi d'une subvention du gouvernement fédéral. Ensuite, il y a des réseaux qui en viennent presque à l'autosuffisance car ils peuvent avoir de la publicité, malgré un quota de publicité. Par exemple, ici, tout près de Moncton, à Shediac, il y a la radio CJSE qui est un succès sans précédent au Canada. Proportionnellement parlant, c'est la

in Canada for the audience it serves. No radio station reaches its audience like CJSE does.

Obviously, it is a not-for-profit station, so no money is made with this kind of radio, but it is a station that breaks even and its success is so great that the CRTC had to agree to depart from its policy and grant a second licence to CJSE to create a more urban community radio station in the Moncton area, in Dieppe, right near here. The success is so great because it is the first time that the Acadian community has had programming in its language, in this network of community radio stations here in New Brunswick, but also in Nova Scotia and Newfoundland.

There are still some French-language private radio stations in New Brunswick. There is of course Radio-Canada, but the language standards and content are not the same. The purpose of community radio stations is to tailor the service to the community. Research has been done on, among other things, CJSE and CKRO, which is the community radio station for the Acadian Peninsula, and another real success in this region. Acadians suffer from a so-called language insecurity, and they often feel that they do not speak their language well enough. That is not necessarily true, but these are people who have been exposed for a very long time to nothing but Radio-Canada, with language standards that are completely different from those of the region. Clearly, that gives individuals living in a minority setting even more of a complex about their own language, and CJSE, in just ten years, has virtually turned the situation around. People are now taking part in open-line broadcasts and flea-markets in their language and they are so happy to hear themselves. Before, they were invisible, now they see themselves, and community radio stations have raised the visibility of these communities.

[English]

Senator Tkachuk: Are the radio stations governed by a community board? Is there an annual meeting?

Ms. Lord: Yes.

Senator Tkachuk: It would be operated like a non-profit entity, but they would have to make a profit or otherwise the radio station could be replaced, right?

Ms. Lord: Yes.

Senator Tkachuk: Thank you.

Senator Trenholme Counsell: My first reaction is one of sadness. I attended the announcement of the money for the two schools of journalism. I was there as a friend of the Honourable Roméo LeBlanc and his family, not the Irving family. I thought it was something very positive. I thought it was good news. I would never have sensed that there could be this fear. You are a professor there, and I do not remember if you were there that day.

radio au Canada, toutes langues confondues, qui a les plus grosses cotes d'écoute par rapport à la population qu'elle dessert. Donc, il n'y a pas une radio qui rejoint autant son public que la radio CJSE.

Il s'agit évidemment d'une radio à but non-lucratif, on ne fait donc pas d'argent avec ce genre de radio, mais c'est une radio qui fait ses frais et son succès est tellement grand, que le CRTC a dû accepter de déroger à sa politique et d'accorder une deuxième licence à CJSE pour créer une radio communautaire plus urbaine dans la région de Moncton, à Dieppe tout près d'ici. Le succès est à ce point grand, parce que c'est la première fois que la communauté acadienne a une programmation dans sa langue, dans ce réseau de radios communautaires ici au Nouveau-Brunswick, mais aussi en Nouvelle-Écosse et à Terre-Neuve.

Il existe encore des radios privées de langue française au Nouveau-Brunswick. Il y a évidemment Radio-Canada, sauf que les standards de langue et le contenu ne sont pas les mêmes. Les radios communautaires ont pour but de donner un service adapté à la communauté. Il y a des études qui ont été faites, entre autres, sur CJSE puis CKRO, qui est la radio communautaire de la Péninsule Acadienne, et qui est aussi un véritable succès dans cette région. Les Acadiens souffrent de ce qu'on appelle une insécurité linguistique, et souvent, ils considèrent qu'ils ne parlent pas assez bien leur langue. Ce n'est pas nécessairement la réalité, mais ce sont des gens qui ont été exposés pendant très longtemps à la seule radio de Radio-Canada où il y a des standards de langue qui sont complètement autres que ceux de la région. Évidemment, cela accentue le complexe d'un individu qui vit en milieu minoritaire par rapport à sa propre langue, et CJSE, dans l'espace de dix ans, a presque corrigé cette situation. Les gens participent maintenant aux tribunes téléphoniques, au marché aux puces dans leur langue et ils sont tellement heureux de s'entendre. Auparavant ils étaient invisibles, maintenant ils se reconnaissent et les radios communautaires ont permis d'accroître la visibilité des communautés.

[Traduction]

Le sénateur Tkachuk : Les stations de radio sont-elles dirigées par un conseil communautaire? Y a-t-il une réunion annuelle?

Mme Lord : Oui.

Le sénateur Tkachuk : Ce serait donc exploité comme une entreprise à but non lucratif, mais cette entreprise doit réaliser des profits, faute de quoi la station radio pourrait être remplacée, n'est-ce pas?

Mme Lord : Oui.

Le sénateur Tkachuk : Merci.

Le sénateur Trenholme Counsell : En premier lieu, je réagis avec tristesse. J'étais présente lors de l'annonce de dons aux deux écoles de journalisme. J'étais là en qualité d'amie de l'honorable Roméo LeBlanc et de sa famille, non de la famille Irving. J'ai trouvé que c'était une mesure très positive. J'ai pensé que c'était une bonne nouvelle. Je n'aurais jamais pensé qu'il pourrait y avoir ces craintes. Vous êtes professeur ici, et je ne me souviens pas si vous étiez là ce jour-là.

[Translation]

Ms. Lord: No, I was not invited to the announcement.

Senator Trenholme Counsell: Is that the reason for your reaction? I am sorry, but drawing up the list was not my responsibility. I do not want to appear to be defending anyone, but I had a sense that day that the money was going equally, equally to both of our universities with media studies, in the field of journalism.

Today, we have something quite different; I find it entirely appropriate and very touching to have funds from here dedicated to a former Acadian journalist and governor general. Maybe that is my opinion, but I listened with sadness. I want to ask a couple of things, and they are related to the media. First, this is not the first time that the Irving family, the capitalists, have been involved with the University of Moncton. It seems to me that Mr. J.K. Irving is currently co-chairing the campaign with Mr. Losier?

Ms. Lord: That is correct.

Senator Trenholme Counsell: Is that a good thing or not?

Ms. Lord: This poses a problem for the Acadian community. It is not that the Acadian community wants to close ranks, but it is important that we view the problem in an academic setting. This is a phenomenon that is widespread nationally. Because of the paucity of the federal government's financial support of universities, they must turn more and more to private investment, and so a growing number of corporations are showing an interest in buying chairs, and we see this happening now at the University of Moncton.

Not too long ago I read an article in *The Globe and Mail*, discussing the fact that the schools, the MBA programs offered in the administration faculties, et cetera, were auctioning their names to the highest bidder. So now universities are being marketed, and that poses a real problem because they should remain neutral places where criticism and freedom of expression are possible. Just to give you an example, a member of the Irving family will be a member of the advisory committee managing the journalism chair. Who will be the other members? The university rector who accepted the donation, the vice-rector, one of my vice-rectors at university, two individuals appointed by the rector — that makes five — and then there is just the director of the department, who is on contract. So what does that mean? Irving has a say as to who will or will not be invited to improve the education of the students.

This is where the problem lies and this is not happening only in journalism but in other departments as well. There is a chair at Laval University referred to as the Bell Globe chair, and Floriant Sauvageau holds the position. When Bell Globe approached the university to make a donation and create this chair, the university said: "Yes, okay, but you will not sit on the advisory committee." Bell Globe agreed not to be a member of this committee, because the university argued that "We are the professionals, we know how to run university chairs and we would be unable to do this

[Français]

Mme Lord : Non, je n'ai pas été invitée à l'annonce.

Le sénateur Trenholme Counsell : Est-ce la raison qui a suscité votre réaction? Je le regrette, mais ce n'était pas ma responsabilité de faire la liste. « I do not want to appear to be defending anyone, but I had a sense that day that the money was going equally », également à nos deux universités avec des études en média, dans le domaine du journalisme.

Aujourd'hui, nous avons quelque chose de très différent, je considère cela très approprié et très touchant que les fonds d'ici soient dédiés à un ancien journaliste acadien et gouverneur général. Mais peut-être que c'est mon opinion, « but I listened with sadness. I want to ask a couple of things, and they are related to the media. » Premièrement, ce n'est pas la première fois que la famille Irving, les capitalistes, est impliquée à l'Université de Moncton. Il me semble que monsieur J.K. Irving est un co-président avec M. Losier dans la campagne en ce moment?

Mme Lord : C'est exact.

Le sénateur Trenholme Counsell : Est-ce une bonne chose ou non?

Mme Lord : C'est problématique pour la communauté acadienne. Non pas que la communauté acadienne veuille se fermer, mais il importe de voir le problème dans un contexte universitaire. Il s'agit d'un phénomène répandu sur la scène nationale. En raison du manque d'appui de la part du gouvernement fédéral dans le financement des universités, celles-ci doivent de plus en plus s'ouvrir à l'investissement de capitaux privés, donc de plus en plus d'entreprises s'intéressent à acheter des chaires, et on le voit maintenant à l'Université de Moncton.

Je lisais un article dans le *Globe and Mail* il n'y a pas longtemps, où l'on met à l'enchère par exemple, les écoles, les MBA des écoles d'administration et cetera, pour savoir qui va miser le plus afin d'acheter le nom de l'école. Il existe donc une marchandisation des universités, et cela est très problématique parce que les universités devraient demeurer des lieux neutres où la critique et la liberté d'expression restent possibles. Pour vous donner un exemple, un membre de la famille Irving fera partie du comité avisier qui gèrera la chaire de journalisme. Qui seront les autres membres? Le recteur de l'université qui a accepté le don, le vice-recteur, l'un de mes vice-recteurs à l'université, deux personnes nommées par le recteur — on est rendus à cinq — il reste le directeur de département, qui est un contractuel. Alors, qu'est-ce que cela veut dire? Irving a le droit au chapitre pour dire qui va être invité et qui ne sera pas invité comme personne pour améliorer la formation des étudiants.

C'est à ce niveau qu'existe une problématique et cela ne se passe pas seulement en journalisme, mais aussi, dans d'autres départements. À l'Université Laval, il y a une chaire d'études qui s'appelle Bell Globe, et Floriant Sauvageau est le titulaire de cette chaire. Lorsque Bell Globe a approché l'université pour faire un don et créer cette chaire, l'université a dit : « oui, d'accord, mais vous ne serez pas présent au comité avisier. » Bell Globe a accepté de ne pas être présent, parce que l'université a plaidé que « nous sommes les professionnels, nous savons comment gérer des

and keep all of our integrity if you are there.” What is interesting about the Laval University chair is that it is a chair of scientific journalism, which is not really Bell Globe’s niche. However, it is through reporting and scientific articles that we gain a better understanding of the issues, including environmental challenges. Bell Globe has therefore felt it necessary to train French-speaking students in order to develop their skills in scientific journalism. And that is the difference. So there are different ways of doing business. Laval University understood how to protect itself and the interests of Bell Globe were not as flagrantly obvious as far as the donation was concerned. You could say that the self-interest of the donation was not so prevalent.

Senator Trenholme Counsell: Ms. Lord, do you have the same concerns about the donations made by Bill Gates and the McCain family? Bill Gates recently gave millions of dollars to every university throughout the province, and the McCain family, on the advice of Mr. Harrison McCain, was very involved in the life of the University of Moncton. I would also like to mention, as an anglophone, that the Imbeault family contributes to Mount Allison University and, of course, to the University of Moncton. So there are two things here: it is money, but also as far as I am concerned, as a New Brunswicker, and for the benefit of the other provinces, I think that throughout society today we have fewer fears and a greater sense of sharing.

[English]

There is no question that there is a concern in New Brunswick about the media, but on the other hand, *L'Acadie Nouvelle* does have very large advertisements and accepts them from Kent. I do read *L'Acadie*. I am trying to think of others.

We are not two solitudes. I think that you share the same concerns as many New Brunswickers about the media. Your fear is epitomized by the chair of journalism, and that perhaps is very significant.

[Translation]

Ms. Lord: I do not quite agree with you, Senator Trenholme Counsell. This is not the first time that I have ever given my opinion on the monopoly of the press, and I did so well before the creation of the chairs in journalism, which is why I was not invited to the announcement. So this is not a reaction with respect to the chair. As far as I am concerned, the Irving Chair of Journalism in my program is a poisoned gift, but I am not telling you that we will not be able to do anything with the \$45,000. I hope that we will be able to do interesting things, except that there is a truly upsetting problem with respect to the ethics and integrity of the faculty because we teach, in our courses, the practice of journalism, and sometimes we joke that we train students so they can then be retrained once they hit the labour market. We also give courses where we analyze content, where we analyze the discourse in the newspapers and media coverage, and, as well, this whole phenomenon of concentration in the press. We make our students aware of the situation facing them when they

chaires d'études universitaires, et l'on ne pourra pas le faire en toute intégrité si vous êtes présent. » Ce qui est intéressant dans la chaire à l'Université Laval, c'est qu'il s'agit d'une chaire en journalisme scientifique, ce qui n'est pas vraiment le créneau de Bell Globe. Mais c'est à travers des reportages, des textes scientifiques qu'on pourra mieux comprendre les enjeux, entre autres, des défis environnementaux. Bell Globe a donc jugé que c'était nécessaire de former des étudiants de langue française pour développer des compétences en journalisme scientifique. Et c'est là la différence. Il y a donc différentes façons de faire. L'Université Laval a su se protéger et les intérêts de Bell Globe étaient quand même moins évidents au niveau du don. Le don était, si l'on veut, un peu plus désintéressé.

Le sénateur Trenholme Counsell : Madame, est-ce que vous avez la même crainte avec les dons de Bill Gates et avec ceux de la famille McCain? Récemment, Bill Gates a donné un million de dollars à chaque université partout dans la province, et la famille McCain, de l'avis de M. Harrison McCain, était très impliquée dans la vie de l'Université de Moncton. Je veux aussi mentionner, comme anglophone, que la famille Imbeault contribue à l'Université de Mount Allison et, bien sûr, à l'Université de Moncton. Il existe deux choses ici : c'est l'argent, mais aussi pour moi, étant Néo-Brunswickoise, et pour le bénéfice des autres provinces, je pense que nous avons partout dans la société d'aujourd'hui moins de crainte et un plus grand sens de partage.

[Traduction]

Sans le moindre doute, il existe au Nouveau-Brunswick des préoccupations concernant les médias, mais, par ailleurs, *L'Acadie Nouvelle* accueille des annonces publicitaires importantes et accepte celles qui lui proviennent de Kent. Je lis *L'Acadie*. Je tâche de songer à d'autres journaux.

Nous ne sommes pas deux solitudes. Je crois que vous partagez les préoccupations de nombreux habitants du Nouveau-Brunswick au sujet des médias. Vos craintes se cristallisent autour de la chaire de journalisme, et cela a peut-être une signification considérable.

[Français]

Mme Lord : Je ne suis pas tout à fait d'accord avec vous, sénateur Trenholme Counsell. Ce n'est pas la première fois que je me prononce sur le monopole de la presse, et cela bien avant la création des chaires de journalisme, et c'est la raison pour laquelle je n'ai pas été invitée à l'annonce. Ce n'est donc pas une réaction face à la chaire. Pour moi, la chaire de journalisme Irving dans mon programme c'est un cadeau empoisonné, mais je ne vous dis pas qu'on ne pourra rien faire avec le 45 000 \$. Je souhaite qu'on puisse faire des choses intéressantes, sauf que le problème au niveau de l'éthique et de l'intégrité du corps professoral est vraiment bouleversant, parce que nous, dans nos cours, où l'on enseigne la pratique du journalisme, on dit parfois à la blague qu'on forme les étudiants pour qu'ensuite ils soient déformés sur le marché du travail. On donne aussi des cours dans lesquels on fait des analyses de contenu, des analyses de discours dans les journaux, on analyse les couvertures médiatiques et aussi, tout le phénomène de concentration de presse. On sensibilise nos

enter the job market. So, on the one hand, we take money from one of the largest press monopolies that exists on Canadian geopolitical territory, and on the other hand, we tell them: "Ah, press monopolies are very bad for freedom of expression." The left hand does one thing while the right does another. It is very difficult. Is it worth \$45,000 per year?

[English]

Senator Munson: There seems to be this great divide in New Brunswick. With all the complaints we hear about the Irvings, has anyone ever suggested to the Irvings or their newspapers that perhaps there should be a French voice in the English-language newspapers?

Ms. Lord: There is.

Senator Munson: Is there with respect to columns and editorials?

Ms. Lord: Yes, there is.

Senator Munson: There are other papers, particularly the *Moncton Times*. I am talking about columns, editorials, news stories and an alternative approach to journalism in these English-language papers. I am sure that it has been thought of, but is anyone buying into that suggestion?

[Translation]

Ms. Lord: You could liken what is happening at the University of Moncton to a dialogue that is starting to happen. I think that there is a dialogue going on between the Irving family and the Acadian community, particularly through the university. This is another way of doing this. It is not that the Acadian community wants to close its ranks, and I do not think that the Irvings want to shut themselves off from the Acadian community. Quite the opposite. For the past two and a half years, they have been buying up Acadian newspapers. We can see that they want to speak increasingly to an Acadian public, and they are taking concrete action to do this. But why do they want to take up so much space? That is where we need to ask the question. It is to become even bigger.

This morning, I was talking to my former boss, Claude Bourque, of Radio-Canada, and I told him that I would be quoting him. He told me: "These are sharks in an aquarium." That says it all. That is how you have to look at what is happening. That is exactly what is happening. You saw it yesterday, the fish that were eaten by the sharks.

That is what the concerns are all about. We see them getting bigger and bigger. If, for example, Mr. Irving, who is the co-chair of the University of Moncton funding campaign, were to make a donation to the music department, we could talk about philanthropy or corporate patronage. But in addition to the chair of journalism, the University of Moncton also has an Irving Chair of Environment. We have music, fine arts and theatre at the University of Moncton as well. We know that McCain is deeply interested in the arts in New Brunswick. This is commendable. The people recognize their interest, appreciate it and find it generous. We can see that their gestures are selfless. But we can no

étudiants à cette situation qui sera la leur quand ils iront sur le marché du travail. Donc, d'une main, on prend l'argent d'un des plus grands monopoles de presse sur un territoire géopolitique au Canada, et de l'autre main, on leur dit « ah, c'est très mauvais les monopoles de presse pour la liberté d'expression. » Une main fait une chose, l'autre main dit autre chose. C'est très difficile. Est-ce que cela vaut 45 000 \$ par année?

[Traduction]

Le sénateur Munson : Il semble exister au Nouveau-Brunswick une grande ligne de démarcation. Compte tenu de toutes les plaintes que nous entendons au sujet des Irving, leur a-t-on jamais dit, ou à leurs journaux, qu'il devrait peut-être y avoir une voix française dans les journaux de langue anglaise?

Mme Lord : Mais cela se fait déjà.

Le sénateur Munson : Cela se fait-il pour les chroniques et les éditoriaux?

Mme Lord : Oui.

Le sénateur Munson : Il y a d'autres journaux, et notamment le *Times* de Moncton. Je parle de chroniques, d'éditoriaux, de reportages, bref d'une façon nouvelle de faire du journalisme dans ces journaux de langue anglaise. Je suis sûr qu'on y a songé, mais y a-t-il des journaux qui souscrivent activement à cette idée?

[Français]

Mme Lord : On pourrait voir ce qui se passe à l'Université de Moncton comme un dialogue qui s'établit. Je pense que c'en est un entre la famille Irving et la communauté acadienne, notamment à travers l'université. C'est une autre façon de le faire. Ce n'est pas que la communauté acadienne veuille se fermer, et je ne pense pas que les Irving veuillent se fermer à la communauté acadienne. Au contraire. Depuis deux ans et demi, ils achètent les journaux acadiens. On voit qu'ils veulent de plus en plus prendre la parole dans l'espace public acadien, et ils posent des gestes concrets dans ce sens. Mais pourquoi veulent-ils prendre autant de place? C'est là qu'il faut se poser la question. C'est pour devenir encore plus gros.

Ce matin, je parlais avec mon ancien patron, Claude Bourque, de Radio-Canada, et je lui ai dit que j'allais le citer. Il m'a alors dit, « ce sont des requins dans un aquarium. » Cela dit tout. C'est comme cela qu'il faut comprendre ce qui se passe. C'est exactement ça. Vous en avez vu hier, des poissons qui ont été bouffés par les requins.

Les inquiétudes reposent donc là-dessus. On les voit de plus en plus grossir. Si par exemple, M. Irving, qui est le co-président de la campagne financière de l'Université de Moncton, faisait un don au département de musique, on pourrait parler de philanthropie ou de mécénat. Mais il existe aussi une chaire Irving à l'Université de Moncton en environnement, en plus de la chaire au programme de journalisme. La musique, les beaux-arts, le théâtre existent aussi à l'Université de Moncton. On sait que McCain s'intéresse beaucoup aux arts au Nouveau-Brunswick. C'est louable. Les gens le reconnaissent, ils apprécient et ils trouvent que c'est généreux. On voit le désintéressement. Mais

longer talk about selfless acts when we talk about chairs of the environment and a chair of journalism. You would have to be naïve to think this was the case. These are not donations with no strings attached.

[English]

Senator Munson: You seem to have a problem within the Acadian community. You talked about *L'Acadie Nouvelle* being a northeastern New Brunswick paper and that the people there feel more comfortable with the newspaper; yet, here in Moncton, there is not that same love affair with the newspaper. A trust fund was set up to make this paper viable. Would it be possible to have another trust fund set up to establish a French-language newspaper in a predominantly French-language environment such as Moncton-Dieppe to compete against *L'Acadie Nouvelle*, or would that be like cutting your own throat?

[Translation]

Ms. Lord: Let us say that the exercise has already taken place. There has already been an attempt to have a francophone newspaper in Moncton, which was called *le Matin*, and a trust fund was established by the government of the day in order to set up that newspaper. When *le Matin* breathed its last breath, the trust fund remained, pending, and obviously, negotiations took place with *L'Acadie Nouvelle* which, at the time, was strictly a regional paper covering the northeastern part of the province. This was before it became a provincial paper and before the trust fund was used, as the people from *L'Acadie Nouvelle* explained yesterday, to distribute the newspaper throughout the province.

When you compare the press run of *L'Acadie Nouvelle* and the *Times & Transcript*, in the bestcase scenario, 3,000 copies of *L'Acadie Nouvelle* are sold daily in the southeast, whereas over 15,000 Acadians subscribe to the *Times & Transcript*. The number may even be close to 17,000 or 18,000, and so *L'Acadie Nouvelle* is often accused of being a southeastern paper. Of course the paper is published in Caraquet and is loyal to its Acadian Peninsula readership. Yesterday, they said 80 per cent of their readership is rural whereas Moncton is really an urban region. The Acadian readership of Moncton does not really identify with *L'Acadie Nouvelle*, therefore they subscribe to the *Times & Transcript*, which is Moncton-centric.

One question remains; is it viable for Acadia to have two papers? I am not an expert in administration and marketing and could not say.

[English]

Senator Munson: You quoted the French journalist Jean-François Kahn. I never thought I would see the word "communism" this morning, but he did say and you talked about it taking on a clear meaning in New Brunswick, that with this Irving empire, we are reinventing communism, albeit on a private basis. To combat this term in dealing with what is a monopoly here, you suggested a media watch organization. What kind of teeth would a media watch organization have to monitor the

d'avoir des chaires en environnement et une chaire en journalisme, on ne peut plus parler de désintéressement. Il faudrait être naïf pour le croire. Ce ne sont pas des dons gratuits.

[Traduction]

Le sénateur Munson : Vous semblez avoir un problème au sein de la collectivité acadienne. Vous dites de *L'Acadie Nouvelle* que c'est un journal du nord-est du Nouveau-Brunswick et que les gens de cette région s'identifient mieux à ce journal; pourtant, ici, à Moncton, on ne semble pas être autant épris de ce journal. On a constitué un fonds de fiducie pour que ce journal soit viable. Serait-il possible de constituer un autre fonds de fiducie pour créer un journal de langue française dans un milieu principalement francophone tel que celui de Moncton-Dieppe, pour livrer concurrence à *L'Acadie Nouvelle*, ou cela reviendrait-il à s'autodétruire?

[Français]

Mme Lord : Disons que l'exercice a déjà eu lieu. Il y a déjà eu une tentative d'avoir un journal francophone à Moncton, qui s'appelait *le Matin*, et c'est pour ce journal que le fonds de fiducie avait été mis sur pied par le gouvernement à l'époque. Lorsque *le Matin* a rendu son dernier soupir, le fonds de fiducie est resté là, en suspens, et évidemment, des négociations ont eu lieu avec *L'Acadie Nouvelle* qui était à l'époque strictement régionale et qui couvrait le nord-est de la province. C'était avant qu'il ne devienne provincial et que le fonds de fiducie, comme les gens de *L'Acadie Nouvelle* l'ont expliqué hier, aide à distribuer le journal à la grandeur de la province.

Lorsqu'on compare les tirages de *L'Acadie Nouvelle* et du *Times & Transcript*, dans le meilleur des scénarios, il y a 3 000 exemplaires de *L'Acadie Nouvelle* qui se vendent par jour dans le sud-est, mais lorsqu'on regarde le nombre d'Acadiens abonnés au *Times & Transcript*, on parle d'au-dessus de 15 000. Cela frise même les 17 000 ou 18 000, alors, *L'Acadie Nouvelle* se fait beaucoup reprocher d'être un journal du sud-est. Évidemment, elle est située à Caraquet et elle se sent très près de son lectorat de la Péninsule Acadienne. Hier, ils l'ont dit, 80 p. 100 de leur lectorat est rural alors que Moncton est vraiment une région urbaine. Le lectorat acadien de Moncton ne se reconnaît pas beaucoup dans *L'Acadie Nouvelle*, donc il ira vers le *Times & Transcript* qui est très Moncton centriste.

Il reste une question : serait-ce viable en Acadie d'avoir deux journaux? Je ne suis pas une experte en administration et en marketing et je ne pourrais pas vous répondre.

[Traduction]

Vous avez cité le journaliste français Jean-François Kahn. Je n'aurais jamais cru que j'entendrais le mot « communisme » ce matin, mais il a bien prononcé ce mot et vous avez dit que cela prenait un sens clair au Nouveau-Brunswick, c'est-à-dire avec l'empire Irving, nous réinventions le communisme, mais sur une base privée, cette fois-ci. Pour contrer cette tendance relativement à ce qui, dans ce cas-ci, constitue un monopole, vous avez proposé qu'il y ait un observatoire des médias. De quels pouvoirs un

situation? You suggested that it should be located right next to the Irving chairs in journalism studies. You were being sarcastic, were you not?

[Translation]

Ms. Lord: Yes, it is to allow for balance, because we live in a free country, therefore we would have both.

[English]

Senator Munson: What kind of teeth would it have and how would it operate?

[Translation]

Ms. Lord: Media observatories are recent creations, the most developed being France's. For now, the French entity publishes a monthly newsletter on the Internet, but this is also sent to subscribers who wish to know more. For example, if one finds that a news report has presented disinformation, or that there is an angle that was not covered, or that such and such a person from a given field should have been interviewed, then one could communicate with the monitoring group and they would investigate.

What kind of teeth will these media observatories have? It all depends on the means they will have at their disposal to spread their message, as well as some moral strength, that is to become a moral authority in the country so that their oversight becomes an embarrassment, in order to force the stakeholders and the press to be self-regulating; that is to say to have more self-discipline in terms of integrity and social responsibility, something which more often than not is lacking. These entities are young and are still developing. It is a new citizen-based power. That is what you must understand. It is the power of the people. That is why I wanted to talk a bit about community radio stations, which, with government support, allow for a certain presence without government interference. We therefore provide funds and ultimately, the community manages these grants to be able to hear themselves.

The media observatory could organize itself in a similar way. They could receive government funding, but I saw that in France, they also appeal to institutions and organizations for donations; they can be citizens' groups, journalists' associations or individuals. There can therefore be several funding streams, but it is critical that this authority remain independent and at arm's length. I believe that in terms of Canada's journalistic output, we have reached a point where for all kinds of reason, there is such a concentration in the media that they must be "observed".

We have always believed that the media were there to defend people's rights and freedoms, but we are seeing more and more that there is a lack of ethics. One need only turn to the CRTC decision regarding CHOI radio in Quebec City. The decision against the CHOI host 2 weeks ago is part of the new phenomena in Canada. It is upsetting and has been poorly received by the

observatoire des médias disposerait-il pour exercer sa surveillance? Vous avez dit qu'il devrait être situé à côté des chaires Irving d'études en journalisme. Vous faisiez preuve de sarcasme, si j'ai bien compris?

[Français]

Mme Lord : Oui, c'est pour permettre d'avoir l'équilibre, parce qu'on est quand même dans un pays de liberté, donc on aurait les deux.

[Traduction]

Le sénateur Munson : Quels seraient ses pouvoirs et comment fonctionnerait-il?

[Français]

Mme Lord : Les Observatoires des médias sont des créations récentes, et celui qui est un peu plus développé, c'est celui de la France. Pour le moment, celui qui est en France, diffuse une lettre circulaire à tous les mois sur Internet, mais aussi aux abonnés qui désirent en savoir plus. Par exemple, si on juge qu'un reportage a fait preuve de désinformation, ou qu'il y a un angle qui n'a vraiment pas été traité ou il y a telle personne dans un tel domaine qui aurait dû être interviewée, les gens peuvent communiquer avec l'Observatoire des médias, et eux vont faire la recherche pour voir si cette plainte est fondée.

L'Observatoire des médias aurait quelle sorte de dent? Tout dépend évidemment des moyens dont l'Observatoire disposerait pour avoir une très bonne diffusion ainsi qu'une force morale, soit de devenir une autorité morale au pays pour que cela devienne gênant, pour forcer les acteurs dans les organes de presse à s'autoréguler, c'est-à-dire de respecter davantage une rigueur, qui laisse à désirer plus souvent qu'autrement, l'intégrité et la responsabilité sociale. Ce sont des instances qui sont encore toutes jeunes et qui sont en développement. C'est un nouveau pouvoir citoyen. C'est cela qu'il faut comprendre. C'est un pouvoir citoyen. C'est la raison pour laquelle je voulais parler un peu des radios communautaires, qui, avec l'aide gouvernementale, permettent d'avoir une portée sans que le gouvernement s'ingère. On donne donc des fonds et finalement, la communauté gère ces octrois pour pouvoir s'entendre.

L'Observatoire des médias, pourrait s'organiser d'une manière similaire. Ils pourraient disposer d'aide gouvernementale, mais je voyais qu'en France aussi, on fait appel aux dons d'institutions, d'associations, qui peuvent être des associations de citoyens, des associations de journalistes, des individus, donc il peut y avoir plusieurs sources de financement, mais il faut absolument que cette instance reste indépendante et autonome. Je pense qu'au niveau de la production journalistique au Canada, on est à un point où, pour toutes sortes de raison, la concentration de la presse en est une, où les médias doivent être « surveillés ».

On a toujours cru que les médias étaient là pour s'assurer que les droits et libertés des citoyens soient respectés, mais on constate de plus en plus un manque de déontologie. On n'a qu'à se référer à la décision du CRTC pour la radio CHOI à Québec. Le jugement contre l'animateur de CHOI, il y a deux semaines, fait partie des phénomènes nouveaux au Canada. Ils sont bouleversants et ils

media because we are not used to being reprimanded in such a way. But there are occasional ethical lapses, and this is where a media observatory could oversee and review complaints and be able to say: "Yes, this was lacking, and there was a blind spot. It should have been dealt with otherwise, et cetera." This would hugely simplify the task. The observatory must be given the means to act as a moral authority. What we must not forget is that the media observatory could have two components, that is a national one because there are media outlets that work nationally, and a provincial one because there are provincial situations that would warrant a division within the media observatory. New Brunswick is one and Quebec is another.

The Chairman: I would like to come back to my first question on corporate philanthropy; it seems to me that the saying "They are damned if they do, and they are damned if they don't" is fitting in this case. Twenty or 30 years ago, I remember hearing people criticize the Irving family for not making donations and not doing enough to improve the quality of journalism in the province. Now they are making donations, yet they are under fire again. Would you not say that it is better to get a little bit of money from the very people who do well out of journalism in New Brunswick?

Ms. Lord: It remains to be seen how all of this will play out, it is not yet underway. It remains to be seen what choices the advisory committee will make in terms of which guest speakers will be invited to speak to our journalists and future journalists.

Clearly, there are two schools of thought, and as you have seen this morning, Philip Lee and I do not subscribe to the same point of view, a situation which is very healthy. It is good that students will be exposed to two different schools of thought, but one must ask to which side the advisory committee will lean? When it comes to choosing guest speakers to speak to my students, will they choose people who think like Philip Lee and the Irving family, or will they also invite people like Jean-François Kahn? That is the question. Will the Irvings allow Jean-François Kahn or Ignacio Ramonez to speak to the students?

The Chairman: Time will tell.

Ms. Lord: Absolutely. We will have to wait and see.

The Chairman: I am sure that you will be keeping a close eye on the situation, will you not?

Ms. Lord: Absolutely.

The Chairman: Do keep us informed.

Ms. Lord: I would like to raise another point in answer to your question; it concerns the internships. I am aware that this is a two-year pilot project, but our students have to do an internship as part of their training, they receive academic credits for it, and I hope that this decision will lead other media outlets to follow suit. For example, this year, I have been unable to place an intern at Radio-Canada. Why? I have one student who will be working at *L'Étoile*, which belongs to Irving, and another who will be working at *Hebdo Chaleur*, which also belongs to Irving. They have chosen these placements because they will be paid \$10 an

sont mal reçus dans le milieu journalistique parce qu'on n'est pas habitués à se faire taper sur les doigts de cette façon. Sauf qu'il y a des dérapages au niveau de la déontologie, et c'est là qu'un Observatoire des médias pourrait veiller à recevoir les plaintes et les examiner pour ensuite dire « oui, ceci c'était manquant, ici, il y a eu un angle mort. Il aurait fallu le traiter autrement, et cetera. » On simplifierait donc énormément le travail. Il faudrait lui donner les moyens d'être une autorité morale. Ce qu'il ne faudrait pas oublier, c'est que l'Observatoire des médias pourrait être à deux niveaux, soit un niveau national, parce qu'il y a des organes de presse qui fonctionnent sur le plan national, et un niveau provincial car il y a des situations provinciales qui mériteraient qu'il y ait une division à l'intérieur de l'Observatoire des médias. Le Nouveau-Brunswick en est une, le Québec en est une autre.

La présidente : Je reviens à ma première question au sujet du mécénat, et il me semble que l'expression « they are damned if they do, and they are damned if they don't. » soit pertinente. Je me souviens, il y a 20 ou 30 ans, d'avoir entendu des critiques sur la famille Irving parce qu'ils ne faisaient pas de dons et qu'ils ne faisaient pas assez pour avancer la qualité du journalisme dans la province. Voilà qu'ils font des dons et qu'on les attaque, mais quand même, est-ce que ce n'est pas mieux de recevoir un peu d'argent des gens qui profitent, justement, de l'entreprise journalistique au Nouveau-Brunswick?

Mme Lord : Il faudra voir comment tout cela va fonctionner, parce que, ce n'est pas enclenché encore. Il faudra voir les choix que le comité aviseur fera en ce qui concerne les gens qui viendront parler aux journalistes et aux futurs journalistes.

Évidemment, il y a deux écoles, et vous le constatez ce matin, que Philip Lee et moi ne partageons pas la même opinion, ce qui est très sain. Les étudiants entendent deux discours, c'est très bien comme cela, mais de quel côté la balance va pencher au comité aviseur? Est-ce qu'on va choisir des gens qui pensent comme Philip Lee et les Irving, ou est-ce qu'on invitera aussi, des gens comme Jean-François Kahn, à venir parler à mes étudiants? Voilà la question. Est-ce que Irving permettra que Jean-François Kahn ou à Ignacio Ramonez de venir?

La présidente : On verra.

Mme Lord : C'est cela. Il faudra voir.

La présidente : Je suis certaine que vous allez suivre cela de très près, n'est-ce pas?

Mme Lord : Oui.

La présidente : Tenez-nous au courant.

Mme Lord : J'ai un autre point pour répondre à votre question, et c'est au sujet des stages. C'est sûr que c'est un projet expérimental de deux ans, mais nos étudiants doivent faire un stage obligatoire dans leur formation, qui leur donne des crédits universitaires, et j'espère donc que cela va forcer les autres instances médiatiques du milieu. Par exemple, cette année, je n'ai pas de stagiaire à Radio-Canada. Pourquoi? J'en ai un qui va à *l'Étoile* qui appartient à Irving, j'en ai une autre qui va à *l'Hebdo Chaleur*, qui appartient à Irving parce qu'ils ont 10 \$ de l'heure. Radio-Canada étant Radio-Canada, une boîte très syndicalisée,

hour; Radio-Canada being Radio-Canada is highly unionized, obviously, our students cannot go on the payroll. I therefore believe that we must revisit the issue, and perhaps negotiate with the unions so that Radio-Canada can offer a paid internship.

The Chairman: Exactly. In the past, I have had to work with a union which refused to accept unpaid interns; they said "You would be taking advantage of free labour, which would be detrimental to our members; accept students if you so wish, but pay them."

Ms. Lord: Yes. But what often happens with Radio-Canada internships is that the student will do the same work as the journalist he is shadowing for the day, but his end-product will not be broadcast.

The Chairman: Ah, yes.

Ms. Lord: The student does the same work nevertheless. However, the student's work will be evaluated by people from Radio-Canada, and if it is accepted and broadcast, the student will be paid, and the unions will also see it. There are two sides to this.

The Chairman: It is a detail that can be important. Community radio has proved to be something of a success story, has it not?

Ms. Lord: Yes.

The Chairman: It is important that people be able to talk to one another. But strictly in terms of news information, are community radio stations employing journalists?

Ms. Lord: Yes. Some have greater means than others. CJSE has two journalists, which is not so bad for a radio station with limited resources. At a national level, CJSE also works with the Alliance des radios communautaires, and it has a sort of news agency in Ottawa which produces news bulletins that CJSE subsequently broadcasts. At the moment, the Association de presse francophone has got its back up because of Radio-Canada, or as they call it "Radio-Canada Montréal". In reaction to the omnipresence of Montreal on Radio-Canada's airwaves, the APF decided a year and a half ago, for example, that a CRTC decision on CHOI was a Quebec news item, and did not, therefore, broadcast it on community radio stations across the country. However, New Brunswickers have the right to know what is going on, because the CRTC is a national body, and it made a decision which could have repercussions for Canada as a whole. Although their system is a little clumsy, it nevertheless has to be recognized that they have managed to set up an Ottawa newsroom, which they supplement with local journalists based in New Brunswick who provide local, regional and provincial news stories for their news bulletins.

The Chairman: Is the mission they have taken upon themselves to inform their public especially about things that directly affect the Acadian community or is their mission to provide complete information?

Ms. Lord: It is very focused on the Acadian community.

nos jeunes ne peuvent évidemment pas être salariés, donc, il faudra peut-être revoir cela et peut-être négocier avec les syndicats pour qu'on puisse avoir un stagiaire qui serait payé.

La présidente : Justement. J'ai déjà eu à travailler avec un syndicat qui refusait qu'on fasse entrer des stagiaires non payés, parce qu'ils disaient « vous allez profiter d'un travail gratuit, ce qui va nuire à nos membres, prenez donc des étudiants si vous voulez, mais payez. »

Mme Lord : Oui. Sauf que souvent, à Radio-Canada, ce qui se produit au niveau du stage, c'est que l'étudiant va faire le même travail qu'un journaliste qu'il va suivre dans une journée, mais son produit ne sera pas diffusé.

La présidente : Ah voilà, oui.

Mme Lord : Il fait tout de même le travail. Son travail est évalué par les gens de la boîte, par contre, si on prend le travail du stagiaire et on le diffuse, il sera payé, et les syndicats le voient aussi. C'est des deux côtés.

La présidente : C'est une précision qui peut être importante. En ce qui a trait à la radio communautaire, c'est une belle réussite, n'est-ce pas?

Mme Lord : Oui.

La présidente : Parce qu'il faut que les gens puissent se parler entre eux. Mais si on pense purement aux nouvelles, à l'information dans ce sens-là, est-ce que ces radios communautaires engagent des journalistes?

Mme Lord : Oui. Certains ont plus de moyens que d'autres. À CJSE, ils ont deux journalistes, ce qui est quand même pas si mal pour une radio avec peu de moyens. Ils ont aussi à l'échelle nationale, l'Alliance des radios communautaires et ils ont une agence de presse, si on veut, d'où sont produits à Ottawa des bulletins de nouvelles, qu'ils diffuseront ensuite. Ce qui se passe à l'Association de presse francophone, c'est qu'ils ont une réaction face à Radio-Canada ou à « Radio-Canada Montréal » qu'ils appellent. S'il y a une nouvelle, par exemple, du CRTC pour CHOI, — il y a un an et demi — on avait décidé que c'était une nouvelle Québécoise et qu'on ne la diffusait pas au sein des radios communautaires à l'échelle du pays, en réaction à la Montréalisation des ondes de Radio-Canada. Les gens d'ici ont quand même le droit de savoir ce qui passe parce que le CRTC est un organe national, qui prenait une décision qui pouvait avoir des répercussions nationales. C'est un peu boiteux, mais quand même, il reste qu'ils ont réussi à mettre sur pied cette salle des nouvelles à Ottawa, puis ils alimentent, avec les journalistes ici sur place, de nouvelles locales, régionales et provinciales pour compléter les bulletins de nouvelles.

La présidente : Est-ce qu'ils se donnent comme mission d'informer leur public, surtout des choses qui touchent directement la communauté acadienne ou est-ce qu'ils ont comme mission de fournir une information complète?

Mme Lord : C'est très axé sur la communauté acadienne.

The Chairman: So, for information sources in the traditional sense, if something is going on in Iraq, people do not turn to community radio stations.

Ms. Lord: The national press gallery in Ottawa will take care of international news.

The Chairman: Also.

Ms. Lord: Yes, we will have the headlines in the dispatches. The role here is to give more regional information. Because people who listen to the radio would not get it otherwise.

The Chairman: That is actually normal. Any local media must serve the local audience.

Ms. Lord: Yes.

The Chairman: Your presentation was very focused on the Acadian cause — and being a member of a minority community myself, I understand this very well — but our mandate is also to think in terms of information as such. So they are trying to fill, I would not actually say a void, in that part of the market?

Ms. Lord: Yes, and in any case, that is a characteristic trait of the Acadian press in general and it is also its fault, in other words if you really want to know what is going on in the province, you have to go over to the anglophone side. Just to give you an example, yesterday, for the coverage of these hearings on CBC, you had the professor from Mount Allison, but on Radio Canada, you had *L'Acadie Nouvelle*. So, that is typical. The Radio Canada journalist did tell us that there had been seven or eight presentations, but the only one we saw on the news clip were the people from *L'Acadie Nouvelle* because, of course, that speaks to the audience.

The Chairman: Which speaks French?

Ms. Lord: Yes, exactly, except that if you are always focusing on language, then you are deprived of information and that is a trait common to both linguistic communities. Yesterday, during the presentations, we witnessed the lack of knowledge of some anglophones about what is happening on the francophone side of the province. One of them even stated that Irving is not creating any new newspapers. That is false, because *L'Étoile* and *La République* are both newspapers created by Irving. Of course, he was talking about what he knew, his anglophone world, but the situation is the same on both sides.

The Chairman: That is what is called the two solitudes.

Ms. Lord: Yes.

[English]

Senator Tkachuk: How many reporters are here in the room today? One, two, three, four, five, six, seven.

The Chairman: Terrific.

Senator Tkachuk: I find it ironic that in Vancouver, Regina and Moncton, where supposedly we had information that there were monopoly pals, we have seen the most reporters and,

La présidente : Donc, pour les sources d'information dans le sens traditionnel, si quelque chose se passe en Irak, ce n'est pas les radios communautaires, vers qui l'on se tourne.

Mme Lord : La salle de presse nationale à Ottawa va s'occuper des nouvelles internationales.

La présidente : Aussi.

Mme Lord : Oui, on aura les grosses nouvelles dans les bulletins. Le rôle ici, c'est davantage de donner l'information régionale. Parce les gens qui écoutent la radio ne l'auraient pas autrement.

La présidente : C'est normal d'ailleurs. N'importe quel média local doit servir le public local.

Mme Lord : Oui.

La présidente : Votre présentation était très axée sur la cause acadienne — et étant moi-même membre d'une minorité, je comprends très bien — mais notre mandat, c'est aussi de penser en termes d'information tout court. Alors, ils essaient de remplir, je ne dirais pas un vide, avec cette part du marché?

Mme Lord : Oui, puis de toute façon, c'est un trait caractéristique de la presse acadienne en général qui est aussi son défaut, c'est-à-dire que si on veut vraiment savoir ce qui se passe dans la province, il faut aller s'informer du côté anglophone. Pour donner un exemple, hier, la couverture des audiences du comité à CBC, on avait la professeure de Mount Allison, mais à Radio-Canada, on avait *L'Acadie Nouvelle*. Donc, c'est typique. Le journaliste de Radio-Canada nous a bien dit qu'il y avait eu sept ou huit présentations, mais les seuls qu'on a vus en clip au bulletin de nouvelles, ce sont les gens de *L'Acadie Nouvelle*, parce qu'évidemment, cela correspond à l'auditoire.

La présidente : Qui parle français.

Mme Lord : Oui, exactement, sauf qu'à force de s'arrêter toujours à la question de la langue, on se prive d'informations, et c'est un pli qui est pris par les deux communautés linguistiques. Hier, lors des présentations, on a vu l'ignorance de certains anglophones sur ce qui se passe du côté francophone dans la province. Il y en a même un qui affirmait qu'Irving ne créait pas de nouveaux journaux. C'est faux, parce que *l'Étoile* et *La République*, sont des journaux créés par Irving. Il parlait évidemment de ce qu'il connaissait, de son monde anglophone, mais c'est comme cela des deux côtés également.

La présidente : C'est ce qu'on appelle les deux solitudes.

Mme Lord : Oui.

[Traduction]

Le sénateur Tkachuk : Combien de journalistes y a-t-il dans cette salle aujourd'hui? Un, deux, trois, quatre, cinq, six, sept.

La présidente : Superbe.

Le sénateur Tkachuk : Je trouve ironique qu'à Vancouver, Regina et Moncton, où, d'après certains renseignements, les monopoles sont censés régner, nous avons vu le plus grand

I would say, have had the most coverage of any other place we have visited.

The Chairman: In Moncton, yes.

Senator Tkachuk: In Regina as well. Vancouver was pretty good considering it is a big city, compared to say Toronto or Montreal where we would have had to throw a hand grenade to get attention. I know we are talking about a monopoly situation here, but we have had coverage in Moncton.

I do not know how we reconcile the fact that we heard all those complaints yesterday from people talking about the Irving papers, yet our hearings are all over the Irving papers this morning. We were not in the papers where there is supposedly competition.

The Chairman: We did not get a whole lot of coverage in Vancouver.

Senator Tkachuk: Well, I don't know about that. I was on radio; you were on radio. We received some coverage in the newspapers and we had one television station. For a big city, I am saying that we did not do badly.

In Regina, where one person owns all the dailies, we had coverage on all the TV stations and a couple of the radio stations. We had coverage on CBC Radio and in the *Leader-Post*. Here, in Moncton and Dieppe, we have seven reporters. I do not know if we have ever had that many reporters present at any one of our stops. How would you explain that?

[Translation]

Ms. Lord: That is easily explained.

[English]

Senator Tkachuk: Are they interested in the monopoly?

[Translation]

Ms. Lord: Yes, exactly.

[English]

Senator Tkachuk: Where are they all from if they are all —

[Translation]

Ms. Lord: Because it is a very problematic situation, it does get more attention. We were so happy to be welcoming you to Moncton because that gives us a forum to discuss this and that is something that does not happen often.

And when you say there is a lot of coverage, I will show a little occupational bias; you have to see how it is covered in Irving newspapers. I will give you an example. Two years ago, when Irving bought the *Madawaska*, I was interviewed by several media to discuss what was at stake. That was the first serious and

nombre de journalistes et, selon moi, nous avons eu une couverture bien plus importante que dans les autres endroits où nous nous sommes rendus.

La présidente : Cela est vrai pour Moncton.

Le sénateur Tkachuk : Pour Regina également. À Vancouver aussi, c'était plutôt bien, compte tenu du fait que c'est une grande ville, comparativement à Toronto ou Montréal, par exemple, où il nous aurait fallu faire détonner des explosifs pour attirer l'attention. Je sais qu'ici nous parlons d'une situation monopolistique, mais on a beaucoup parlé de nous à Moncton.

Je ne sais pas comment concilier le fait que nous avons entendu toutes ces plaintes hier à l'endroit des journaux des Irving, et que pourtant on parle d'abondance de nos audiences dans tous les journaux de la chaîne Irving ce matin. Là où, prétendument, il existe de la concurrence, on ne parlait pas de nous dans les journaux.

La présidente : On n'a pas beaucoup parlé de nous à Vancouver.

Le sénateur Tkachuk : Eh bien, je n'en suis pas si sûr. J'ai passé à la radio; vous aussi. Il y a eu quelques articles à notre sujet dans les journaux et une station de télévision s'est intéressée à nous. Pour une grande ville, je trouve que nous ne nous sommes pas mal débrouillés.

À Regina, où une seule personne est propriétaire de tous les quotidiens, toutes les stations de télé et deux ou trois stations de radio ont parlé de notre comité. On a parlé de nous à la radio anglaise de Radio-Canada ainsi que dans le *Leader-Post*. Ici, à Moncton et Dieppe, nous avons sept journalistes. Je ne sais pas s'il nous est déjà arrivé d'avoir tant de journalistes lors de nos audiences dans une autre ville. Comment expliquez-vous cela?

[Français]

Mme Lord : Cela s'explique facilement.

[Traduction]

Le sénateur Tkachuk : Est-ce qu'ils s'intéressent au monopole?

[Français]

Mme Lord : Oui, exactement.

[Traduction]

Le sénateur Tkachuk : D'où viennent-ils tous, s'ils ...

[Français]

Mme Lord : Parce que c'est une situation très problématique, cela attire davantage l'attention. Nous sommes tellement heureux de vous accueillir à Moncton, car cela nous donne une tribune pour en parler, et cela n'arrive pas souvent.

Et puis, quand vous dites qu'il y a beaucoup de couvertures, je vais faire de la déformation professionnelle. Il faudrait voir comment c'est couvert dans les journaux d'Irving. Je peux vous donner un exemple. Il y a deux ans, lorsque Irving a acheté le *Madawaska*, j'ai été interviewée par plusieurs médias pour

concerning intrusion by Irving in the world of Acadian media, and this was an institution that was almost a one hundred years old, and one which carried a lot of editorial weight with the Acadian community. The *Madawaska* was an editorial reference. During my sixth interview of the day, I was live on Radio Canada television and I said that I still had not been contacted by any journalist working for Irving's newspapers. So I went back to the office and the first call I got was from a *Telegraph-Journal* reporter. But you then had to see how all this was dealt with in the *Telegraph-Journal*. I got the first paragraph in the article, no problem, but I was in the "Business" section. I was not in the news section, nor even in the public affairs one. There were the comments made by the managing editor of the *Telegraph-Journal*, and he was saying that this only made him smile and that he was totally amazed to find out that we might think that Irving had any kind of influence on the pressroom because no Irving ever showed up physically in the press room. That is true, as far as it goes, but there can be a psychological presence. Then, J.D. Irving was interviewed. So I did get to express myself, but the text was constructed so as to demolish everything. That is fine, because that is what freedom of expression is all about and that is the kind of debate you have in society. Nevertheless, it was two against one in a newspaper belonging to Irving. The reporter quoted me very well, no problem, but you have to look at how it was presented, at the context.

The Chairman: We made page one of this morning's *Telegraph-Journal*.

[English]

Senator Munson: It is the first time we made the front page.

[Translation]

The Chairman: And we did not make page one of *L'Acadie Nouvelle*, but there was a rather major report in the Moncton *Times and Transcript* and I have not seen the *Gleaner* yet. I do not know if the *Gleaner* covered us or not, but in any case please share your thoughts with us.

[English]

Senator Tkachuk: I believe we have a monopoly here, but I do not know if we have a media monopoly. Do we have a media monopoly here? In other words, in Moncton itself, we may have a newspaper that is owned by the Irvings. Who owns the radio stations? We have CBC. Who owns that? Is that a private radio station? How many are there?

[Translation]

Ms. Lord: I know that Irving owns three radio stations in New Brunswick, but there are also other radio stations. The private radio stations are not information sources of record so if we are talking about the quality of information for New Brunswick's population, I think that the issue is there. If we want to have radio, that is all well and good, but my concern

discuter des enjeux. C'était la première intrusion sérieuse et préoccupante d'Irving dans le monde des médias acadiens, et il s'agissait d'une institution qui avait presque 100 ans, et qui avait au niveau éditorial un très gros poids pour la communauté acadienne. Le *Madawaska* était une référence éditoriale. À ma sixième entrevue de la journée, j'étais à la télévision de Radio-Canada en direct et j'ai dit que je n'avais toujours pas reçu d'appels des journalistes de journaux d'Irving. Je suis donc rentrée au bureau et le premier appel que j'ai reçu fut de la part d'un journaliste du *Telegraph-Journal*. Mais, il fallait voir comment ensuite cela a été traité dans le *Telegraph-Journal*. J'ai eu droit au premier paragraphe de l'article sans problème, mais j'étais dans la section « Business ». Je n'étais pas dans la section des nouvelles ou des affaires publiques. Il y avait les commentaires de l'éditeur en chef du *Telegraph-Journal* qui disait que lui, cela le faisait sourire et que cela le laissait complètement interloqué de savoir qu'on pouvait croire qu'Irving avait une influence sur la salle des nouvelles, puisque jamais un Irving se présente physiquement dans la salle des nouvelles. C'est certain que c'est vrai, mais il peut avoir une présence mentale. Ensuite, J.D. Irving fut interviewé. J'ai donc eu le droit de parole, mais le texte fut construit pour tout démolir. C'est bien, car c'est cela la liberté d'expression, et c'est cela le débat dans une société. Néanmoins, c'était du deux contre un dans un journal qui appartenait à Irving. Le journaliste m'a très bien cité, sans problème, mais après il faut voir comment tout était construit.

La présidente : Nous sommes à la une du *Telegraph-Journal* ce matin.

[Traduction]

Le sénateur Munson : C'est la première fois que nous nous retrouvons à la une.

[Français]

La présidente : Et nous ne sommes pas à la une de *L'Acadie Nouvelle*, mais il y a un assez grand reportage. Moncton *Times & Transcript*, et je n'ai pas vu le *Gleaner*. Je ne sais pas si le *Gleaner* nous a couvert ou pas, mais en tout cas, faites-nous part de vos réflexions.

[Traduction]

Le sénateur Tkachuk : Je crois qu'il y a un monopole dans ce cas-ci, mais je ne sais pas s'il y a un monopole des médias. Y a-t-il monopole des médias ici? Autrement dit, à Moncton même, il y a peut-être bien un journal qui appartient aux Irving. Mais qui est propriétaire des stations radio? Il y a les chaînes de Radio-Canada. Qui en est propriétaire? S'agit-il d'une station de radio privée? Combien y en a-t-il?

[Français]

Mme Lord : Je sais qu'Irving est propriétaire de trois stations de radio au Nouveau-Brunswick, mais il y a aussi d'autres stations de radio. Les stations de radios privées ne sont pas des sources d'information de référence, donc si on parle de qualité d'information pour les citoyens du Nouveau-Brunswick, je pense que l'enjeu est à ce niveau. Qu'on veuille rentrer les radios, je veux

as a journalism professor is the quality of information the New Brunswick population is entitled to. What should not be forgotten is that if, for example, we take the public media, radio and television, we do not have access, through those media, to what is called opinion journalism. What newspapers offer is something to think about and some sort of food for thought about the major issues in society. When I go to work, I read several newspapers and what interests me most is not the reporting, it is the opinion pieces, in other words to read about the reaction to what went on last night, for example, in Canada. And I find that in the editorials and the columns. There are exceptions, but the newspapers are the ones that offer that source that can give us food for our own thoughts as citizens and if you want to talk about information, or sources of information, that where I say that there is a monopoly in New Brunswick, beyond the shadow of a doubt.

[English]

Senator Tkachuk: The Irvings, of course, are business people, so they are going to buy profitable ventures. I am not defending them; I do not even know them.

[Translation]

Ms. Lord: Me neither.

[English]

Senator Tkachuk: The Competition Bureau, which was established to prevent monopolies, may have a role to play here. Has the Competition Bureau ever been involved in the sale of a newspaper in New Brunswick? It seems to me this is an obvious place for the Competition Bureau to step in.

[Translation]

Ms. Lord: I cannot answer with a degree of certainty, we have not heard anything about it, but that does not mean they are not interested in it. If, where the press is concerned, we compartmentalize Irving sectors of activity and we take the press and their newspapers, totally separate from the rest, then we are missing the boat.

You have to understand Irving owns 300 companies in New Brunswick, and economically speaking, it is a major force in this province. Moreover, in Irving's newspapers you see a lot of advertising by Irving's other companies and the newspaper itself is printed on Irving's own paper. Everything is connected. They are all linked together and help one another. That is the beauty of a family business, except that also means problems for the people who are not part of the big Irving team and it is important to be aware of that. There are people on the outside who do not enjoy the same kind of freedom of expression in New Brunswick.

bien, mais ma préoccupation comme professeur de journalisme, c'est la qualité d'informations auxquelles ont droit les citoyens du Nouveau-Brunswick. Ce qu'il ne faut pas oublier, c'est que si on prend, par exemple, les médias publics, radio et télévision, nous n'avons pas accès, avec ces médias, à ce qu'on appelle le journalisme d'opinion. Ce que les journaux offrent, c'est de la matière à réflexion et une certaine nourriture intellectuelle sur les enjeux d'une société. Quand je rentre au travail, je lis plusieurs journaux, et ce qui m'intéresse davantage, ce ne sont pas les reportages, ce sont les textes d'opinion, soit de lire la réaction face à ce qui s'est passé hier soir, par exemple, au Canada. Et je retrouve cela dans les éditoriaux et dans les chroniques. Ce sont les journaux qui offrent, à quelques exceptions près, cette source qui peut alimenter notre propre réflexion en tant que citoyen, donc c'est dans ce sens, si on veut parler d'information, de source d'information, qu'il y a un monopole au Nouveau-Brunswick, sans l'ombre d'un doute.

[Traduction]

Le sénateur Tkachuk : Les Irving sont bien sûr des entrepreneurs et ils vont donc acheter des entreprises rentables. Je ne les défend pas; je ne les connais même pas.

[Français]

Mme Lord : Moi, non plus.

[Traduction]

Le sénateur Tkachuk : Le Bureau de la concurrence, qui a été créé pour empêcher la présence de monopole, pourrait avoir un rôle à jouer dans ce cas-ci. Le Bureau de la concurrence est-il jamais intervenu lors de la vente d'un journal au Nouveau-Brunswick? Il me semble que ce serait une situation évidente pour que le Bureau de la concurrence intervienne.

[Français]

Mme Lord : Je ne peux pas vous répondre avec certitude, on n'en a pas entendu parler, mais cela ne veut pas dire qu'ils ne se sont pas intéressés à la question. Si, au niveau de la presse, on compartimente des secteurs d'activité d'Irving et que l'on prend la presse et ses journaux, complètement à part du reste, alors on manque le bateau.

Il faut comprendre qu'Irving est propriétaire de 300 compagnies au Nouveau-Brunswick et sur le plan économique, c'est une force majeure dans cette province. De plus, dans les journaux d'Irving, on voit beaucoup de publicité des autres compagnies d'Irving et on va en plus imprimer le journal sur le papier Irving. C'est tout un rouage. Elles sont toutes reliées et elles s'entraident les unes les autres. C'est la beauté d'une entreprise familiale, sauf que cela pose aussi des problèmes pour les gens qui ne font pas partie de la grosse équipe Irving, et c'est important d'en être conscient. Il y a des gens qui sont à l'extérieur et qui ne profitent pas de la liberté d'expression de la même façon au Nouveau-Brunswick.

[English]

Senator Tkachuk: It is always so. There are always people outside.

Ms. Lord: Yes, absolutely.

Senator Tkachuk: Even if there were two owners, what would be the difference?

[Translation]

Ms. Lord: It certainly is not an Irving exclusive and it is not a matter of demonizing the Irvings themselves, but you have to see the body corporate represented by the Irving empire, and as you said yourself, these are business people and they will look out for Irving's interests.

[English]

Senator Trenholme Counsell: Professor, in our cross-country hearings we have heard a great deal about a very few companies owning vast numbers of newspapers and media outlets. What we have here in New Brunswick is a little different, but we have heard so much about CanWest Global and about other companies. I should not pick out any names, but this is a phenomenon that we have encountered across the land. I would not want it said here today that this situation is unique to New Brunswick or unique to the Irving family.

[Translation]

It seems to me that Moncton, Dieppe and Riverview embody New Brunswick society. Could you provide us with any recent examples of Acadians being ill-served by the *Times & Transcript*?

[English]

I am not talking about the past because we all have our past.

[Translation]

Have there been instances of the *Times & Transcript* failing to provide an adequate reflection and coverage of the culture, values, news stories and local activities of, for example, towns such as Shédiac and Dieppe, Bouctouche or the village of Memramcook?

Ms. Lord: The *Times & Transcript* has greatly improved its coverage of Acadian issues; their sales figures attest to this. Physically speaking, the *Times & Transcript* is far closer than the *Acadie Nouvelle* to Moncton's Acadian community. Since 1994, when the Congrès mondial acadien was held in southeast New Brunswick, the *Times & Transcript* has made an effort on this front; indeed, it has made something of a turnaround. I recently read a *Times & Transcript* special supplement which carried an article on how positive bilingualism was for Moncton. That constitutes a real turnaround for the *Times & Transcript*.

[Traduction]

Le sénateur Tkachuk : Il en est toujours ainsi. Il y a toujours des gens qui sont à l'extérieur.

Mme Lord : Oui, tout à fait.

Le sénateur Tkachuk : Même s'il y avait deux propriétaires, quelle différence cela ferait-il?

[Français]

Mme Lord : C'est certain que ce n'est pas exclusif à Irving et ce n'est pas une question non plus de diaboliser Irving eux-mêmes, mais c'est de voir la personne morale que représente l'empire Irving, et vous l'avez dit, ce sont des gens d'affaire, et ils vont veiller aux intérêts d'Irving.

[Traduction]

Le sénateur Trenholme Counsell : Madame la professeure, au cours de nos audiences, qui nous ont fait parcourir tout le pays, nous avons beaucoup entendu parler du fait que quelques entreprises sont propriétaires d'un vaste nombre de journaux et de médias. La situation au Nouveau-Brunswick est un petit peu différente, mais on nous a beaucoup parlé de CanWest global et d'autres entreprises. Je ne devrais pas mentionner de nom en particulier, mais c'est un phénomène que nous avons retrouvé sur tout le territoire canadien. Je ne voudrais pas que l'on dise ici, aujourd'hui, que cette situation est particulière au Nouveau-Brunswick ou particulière à la famille Irving.

[Français]

Il me semble qu'à Moncton, Dieppe et Riverview, nous ayons un exemple parfait de notre société au Nouveau-Brunswick. Est-ce que vous avez des exemples récents où la citoyenneté acadienne a été mal servie par le *Times & Transcript* ?

[Traduction]

Je ne parle pas du passé, parce que nous avons tous un passé.

[Français]

Est-ce qu'il est arrivé, par exemple, que la ville de Shédiac, la ville de Dieppe, la ville de Bouctouche, le village de Memramcook, où le *Times & Transcript* n'a pas bien représenté la culture, les valeurs, les activités ou les nouvelles?

Mme Lord : Le *Times & Transcript* s'est beaucoup amélioré dans sa couverture des affaires acadiennes et les tirages parlent par eux-mêmes. Je pense que le *Times & Transcript* est beaucoup plus près physiquement de la communauté acadienne de Moncton que ne l'est *L'Acadie Nouvelle*. On a fait un effort depuis une dizaine d'années, depuis le Congrès mondial acadien qui a eu lieu en 1994 dans le sud-est du Nouveau-Brunswick. Le *Times & Transcript* a alors effectué un virage. J'ai consulté dernièrement un cahier spécial dans le *Times & Transcript*, et l'un des articles dans ce cahier, décrivait comment le bilinguisme était une bonne chose pour Moncton. Donc, c'est sûr que c'est un virage marquant pour le *Times & Transcript*.

It should also be understood that the *Times & Transcript* made an editorial decision when CN closed its Moncton yards. When CN closed its yards, people thought that the end of the world was nigh: thousands worked at the yards; thousands of jobs were indirectly related to the yards; and it was then that the *Times & Transcript* made its position known. As a Moncton-centric paper, the *Times & Transcript* helped life get back to normal in Moncton; it believed in Moncton's ability to overcome adversity; and the gamble paid off. Moncton has had an unprecedented economic boom, and the *Times & Transcript* has been a main player rather than a bystander. Furthermore, a newspaper is within its rights to take such a stand; it is, however, arguably a different scenario for public television. A privately-owned newspaper is entitled to choose to be a main player in a community's resurgence; the *Times & Transcript* understood the importance of the contribution made by the Acadian community, and that is why people choose to subscribe to the *Times & Transcript* rather than *L'Acadie Nouvelle*. It is not the only reason, but it is a reason.

[English]

Senator Trenholme Counsell: So you would give good marks to the *Times & Transcript* for coverage of the two cultures, the two communities. We think of ourselves as two communities, everyone here in Moncton, Dieppe, Riverview and the region.

Senator Munson: I have an observation to make. I believe in building relationships. We see the Canadian Association of Journalists getting together for seminars and working together as a team, and language does not matter. Maybe I am just dreaming, but I have the idea of people in the newsroom of the Saint John *Telegraph* walking into *L'Acadie Nouvelle* or vice versa, the idea that people on editorial boards actually understand each other because at the end of the day it is the province and New Brunswickers who will win.

I am from New Brunswick, as is my wife Ginette. I do not want this to sound as if we do not all get along, but there is an opportunity here to conduct seminars at both your university and Mr. Lee's university so that the new generation of journalists can interact with one another and better understand each other.

[Translation]

Ms. Lord: Nobody is against discussion, but when you have a giant on one side and a dwarf on the other, and the giant happens to be an ogre, one wonders whether dialogue is truly possible. That is my question. Let us not forget that we are talking about a predator; a fact which was corroborated by yesterday's witnesses. Mr. Hanley, who sold his four weekly newspapers, described how he had been prey to the predator. The same applies to the *Acadie Nouvelle*. We heard several testimonies to this effect yesterday.

Il faut comprendre aussi que le *Times & Transcript* avait pris une décision éditoriale lors de la fermeture des ateliers du CN à Moncton. On craignait la fin de Moncton quand les ateliers du CN ont fermé, parce que c'était des milliers de gens qui travaillaient à ces ateliers, et que des milliers d'emplois indirects y étaient reliés, et le *Times & Transcript* s'est positionné. Étant Moncton centriste, le *Times & Transcript* a participé à rétablir un équilibre à Moncton et a cru à la force de Moncton dans cette épreuve, et le pari a été gagné. Il y a eu un boom économique sans précédent à Moncton. Donc, le Moncton *Times & Transcript* a davantage été un acteur qu'un témoin. Et cela, c'est le droit d'un journal. Pour ce qui est de la télévision publique, on peut le questionner autrement. Un journal qui est de propriété privée a le droit de décider s'il veut être un acteur dans le ressaisissement d'une communauté, et c'est dans ce sens-là que le *Times & Transcript* a compris l'apport important de la communauté acadienne et c'est pour cela qu'il y a des gens qui préfèrent être abonnés au *Times & Transcript* plutôt que d'être abonnés à *L'Acadie Nouvelle*. Ce n'est pas la seule raison, mais c'en est une.

[Traduction]

Le sénateur Trenholme Counsell : Vous donnez donc une bonne note au *Times & Transcript* pour sa couverture des deux cultures, des deux collectivités. Ici, à Moncton, Dieppe, Riverview et dans le reste de la région, nous nous considérons comme deux collectivités.

Le sénateur Munson : Je voudrais faire une observation. Je suis partisan de nouer des relations. Nous voyons les membres de l'Association canadienne des journalistes se réunir lors de colloques et travailler ensemble, quelle que soit leur langue. Peut-être que je ne fais que rêver, mais j'imagine des journalistes de la salle de presse du *Telegraph*, à Saint John se rendant dans les locaux de *L'Acadie Nouvelle* ou vice versa. Imaginons ce que ce serait, que les membres des comités de rédaction se comprennent les uns des autres. Au bout du compte, c'est la province et les habitants du Nouveau-Brunswick qui en sortiront gagnants.

Je suis du Nouveau-Brunswick, et mon épouse, Ginette, également. Je ne veux pas donner l'impression qu'au Nouveau-Brunswick les gens ne s'entendent pas tous, mais il y a là l'occasion de tenir des colloques tant dans votre université que dans celles de M. Lee, afin que les journalistes de la nouvelle génération puissent se rencontrer et apprendre à mieux se connaître.

[Français]

Mme Lord : Tout le monde est pour le dialogue, sauf que lorsqu'il y a un géant et qu'on est un nain à côté, et si le géant est un ogre, est-ce que le dialogue est possible? Voilà ma question. Il ne faut pas oublier que c'est un prédateur. Les témoignages d'hier sont venus corroborer cette réalité. Monsieur Hanley qui a vendu ses quatre hebdomadaires et a décrit comment il a été la proie du prédateur. *L'Acadie Nouvelle*, la même chose. Il y a eu plusieurs témoignages en ce sens hier.

The Chairman: I would like to ask one last question, Ms. Lord. We have not touched upon Irving's radio stations. Do they offer news coverage or are they just music stations?

Ms. Lord: The Irving group has three private radio stations in the Saint-Jean, Saint-Stephen region in the southwest of the province. I very rarely listen to them, but they are private stations, and they therefore offer little news coverage. They are not the source to which people turn for news coverage.

The Chairman: Several of yesterday's witnesses spoke of the importance of both CBC and Radio-Canada. You have not mentioned either; are they important players on the New Brunswick media scene?

Ms. Lord: Yes, they are very important. The reason that the witnesses representing the English-language press spent more time on the subject is because they have Irving on the one side, and the CBC on the other; the CBC is, therefore, indispensable. Obviously, as I said, we do have Radio-Canada, but we also have the *Acadie Nouvelle*. In answer to your question, yes, Radio-Canada is indispensable, we could not do without it as it is well resourced. Earlier, one of the senators remarked upon the number of journalists present, and yesterday I counted four from Radio-Canada.

The Chairman: Are you referring to both French-language and English-language radio and television?

Ms. Lord: Just for French average, there were four from Radio-Canada, but they were representing different services. That is something which is sometimes misunderstood by the public. Radio-Canada has radio, RDI, and television; four groups operating under the Radio-Canada umbrella, but each with its own service. You have to understand that no one journalist could adequately service all of Radio-Canada's news outlets.

However, it would be impossible to overstate the importance of Radio-Canada, as it is an example of a press outlet which is well resourced, and which can do things which other outlets cannot. Let us take the example of television: more in-depth reports are allowed, reports on public affairs which last 10 to 12 minutes, in other words, longer than the standard minute and a half with the 10-second clip. If Canada had a media watch organization, a media observatory, I am sure that complaints would be made about Radio-Canada's coverage, but that is a good thing for society. However, the subject at hand is the indispensable role of Radio-Canada; based on what the local team does in a community, it would have to be said that the Acadian community is poorly served by our national network. The Association de presse francophone, which is based in Ottawa, refers to Radio-Canada as Radio-Canada Montreal; Acadia is markedly absent from national programming, both on radio and television. Radio-Canada's television is Montreal-centric, and we suffer as much from this, if not more, as people in Gaspé and Abitibi. There are two standards: Toronto is not as omnipresent on CBC's airwaves as Montreal is on Radio-Canada's. The situation is very different. The presence of the whole country is felt on the CBC, the voice of the nation is heard; that is not the case with Radio-Canada, and it constitutes a major problem for

La présidente : Une dernière question, madame Lord. On n'a pas parlé des postes de radio d'Irving. Est-ce qu'ils couvrent les nouvelles ou est-ce que c'est juste des postes de musique?

Mme Lord : Ils possèdent trois stations privées dans le sud-ouest de la province, dans la région de Saint-Jean, Saint-Stephen, je ne les entends pour ainsi dire jamais, mais ce sont des stations privées, et ils ont donc peu de portée au niveau de l'information. Ce ne sont pas des sources de référence pour l'information.

La présidente : Plusieurs des témoins qui sont venus devant nous hier ont parlé de l'importance de Radio-Canada, CBC et Radio-Canada. Vous ne les avez pas mentionnés. Est-ce que c'est un élément important dans l'univers médiatique ici?

Mme Lord : Oui, très important. Je comprends que les anglophones aient davantage insisté là-dessus parce qu'ils ont Irving d'un côté et ils ont CBC de l'autre, donc CBC est indispensable. Nous, évidemment, comme je l'ai dit, on a Radio-Canada, mais on a aussi *L'Acadie Nouvelle*, alors, oui, c'est un service indispensable dans le milieu et l'on ne pourrait pas s'en passer, parce qu'ils disposent de moyens. Un des sénateurs tantôt faisait remarquer le nombre de journalistes, et hier, j'en ai compté quatre de Radio-Canada.

La présidente : Radio anglaise et française, télé anglaise et française?

Mme Lord : Juste en français, il y en avait quatre de Radio-Canada, mais ils représentent différents services. C'est cela parfois que les gens ne comprennent pas. Il y a la radio, il y a RDI, il y a la télé, donc on peut dire quatre parce qu'ils sont sous le titre Radio-Canada, mais ils ont chacun leur service. Il faut comprendre, qu'un journaliste ne pourrait pas servir adéquatement tous les différents services d'information à Radio-Canada.

Mais, on ne pourra jamais assez dire combien est importante la présence de Radio-Canada dans le milieu, parce que justement, c'est une instance de presse qui dispose de moyens, qui peut faire des choses que d'autres instances de presse ne peuvent faire. Si on prend, par exemple, à la télévision, on a droit à des reportages un peu plus étoffés, des affaires publiques qui durent dix ou douze minutes, donc qui dépassent la minute trente classique avec le clip de dix. S'il y avait un Observatoire des médias, c'est certain qu'il y aurait des plaintes au niveau de la couverture de Radio-Canada, et cela est sain pour une société. Mais si on veut parler du rôle indispensable, de Radio-Canada, si je m'arrête principalement à ce que notre équipe fait sur place, il faut quand même dire que nous sommes mal desservis par le réseau national en tant que communauté acadienne. L'Association de presse francophone qui est à Ottawa, parle de Radio-Canada Montréal, alors au niveau de la programmation nationale, nous sommes très absents, que ce soit à la radio ou à la télévision. C'est une télévision que je qualifie de Montréalaise, donc, on en souffre autant que les gens de la Gaspésie ou de l'Abitibi et peut-être même encore plus. Il y a donc deux niveaux, à CBC, Toronto n'est pas omniprésent sur les ondes alors que Montréal l'est à Radio-Canada. C'est très différent. On sent et l'on entend le pays à CBC, ce qui n'est pas le cas à Radio-Canada. Cela est un problème majeur pour une

communities such as ours. That is why community radio is so popular. When I said that the voice of Acadians was being heard for the first time thanks to community radio, it is because it was not being heard on Radio-Canada. Yes, French is spoken on Radio-Canada; but the voice of Acadia was not heard.

The Chairman: Thank you very much, Ms. Lord.

Ms. Lord: Thank you very much for allowing me to appear before the committee.

The Chairman: Your presentation was most interesting, and I must say that your candour was quite unforgettable.

Our next witness, Ms. Marcia Enman, is the Director General of Prince Edward Island's French-language newspaper, *La Voix Acadienne*.

Ms. Marcia Enman, Director General, *La Voix Acadienne*, As an Individual: Madam Chairwoman, today, on behalf of Prince Edward Island's only French-language newspaper, I would like to share with you some ideas and perspectives on the news media sector. I will endeavour to answer your key questions, but will probably also deal with others in order to broach issues which are currently rendering the very survival of small newspapers, such as our own, a significant challenge.

It is of paramount importance that all Canadians have access to a range of quality news information sources. However, as *La Voix Acadienne* is the only written source of news information for Acadians and French-speakers on Prince Edward Island, it seems unfair that we have to fight to ensure access to information which is only available in English in the English-language media. On a daily basis, *La Voix Acadienne* has to ensure that advertisements which appear in English-language newspapers are also published in our only French-language newspaper so that our readers have access to the same information. Time and time again we have to lodge complaints with the Office of the Commissioner of Official Languages which, to our mind, is not set up to deal with advertisements, as it often takes far too long to determine whether the complaint against the advertisement should be upheld. As a result, our readers are unable to have access to the message in French. Another of your categories of proposed questions deals with young people.

At the newspaper *La Voix Acadienne*, we try to integrate young people because we realize that they are our future readers. We visit francophone schools regularly to make sure that we are covering student activities. We give young people the opportunity to write articles for the newspaper. We must all make sure that young people are given an important place.

At *La Voix Acadienne*, we cover many sports, which is of great interest to young people. Our reports focus on young athletes who stand out in their discipline; we also cover hockey, either the Junior League Rockets, or the Bantams in the Évangéline region. Each subject is dealt with equally.

communauté comme la nôtre. C'est pour cette raison que les radios communautaires sont si populaires, et quand je dis que c'est la première fois que la communauté acadienne s'entend à travers les radios communautaires, c'est parce qu'elle ne s'entendait pas à Radio-Canada. On entendait le français, oui, mais on n'entendait pas la communauté acadienne.

La présidente : Merci beaucoup, madame Lord.

Mme Lord : Merci beaucoup de m'avoir reçu.

La présidente : Votre présentation a été très intéressante, et votre franchise, je dois dire, est inoubliable.

Notre prochain témoin, Mme Marcia Enman, directrice générale de *La Voix Acadienne*, le journal de langue française à l'Île-du-Prince-Édouard.

Mme Marcia Enman, directrice générale, *La Voix Acadienne*, à titre personnel : Madame la présidente, je vous présente aujourd'hui, au nom du seul journal francophone de l'Île-du-Prince-Édouard, quelques perspectives sur le domaine des médias d'information. Je tenterai de répondre aux questions-clés et probablement que je dépasserai ces questions pour arriver à adresser des sujets d'actualité qui font que la survivance des petits journaux comme le nôtre soit toujours un grand défi.

C'est primordial que chaque Canadien ait accès à une quantité et une qualité de moyens d'information, mais pour nous, le journal *La Voix Acadienne* étant le seul moyen écrit pour les Acadiens et les francophones de l'Île-du-Prince-Édouard, il nous semble injuste qu'on ait à se plaindre pour de l'information qui est transmise seulement dans la langue anglaise utilisant seulement les médias anglophones. *La Voix Acadienne* doit s'assurer quotidiennement que les publicités dans les journaux anglophones seront aussi publiées dans le seul journal français pour que les lecteurs et les lectrices reçoivent les mêmes informations. On doit continuellement faire des plaintes au Commissariat aux langues officielles, qui d'après nous ne constitue pas un système de récupération des publicités, car il prend souvent beaucoup trop de temps à décider si la publicité a droit à une plainte ou pas. Alors, à cause de cela, le lecteur ou la lectrice faillit de recevoir son message en français. Il y avait aussi une catégorie dans vos questions au sujet de la jeunesse.

Au journal *La Voix Acadienne*, on essaie d'intégrer les jeunes puisqu'on réalise qu'ils sont nos futurs lecteurs et lectrices. On visite régulièrement nos écoles francophones pour s'assurer de couvrir les activités de nos étudiants. On donne l'opportunité aux jeunes d'écrire dans le journal, et l'on doit tous s'assurer de donner une grande place à nos jeunes.

À *La Voix Acadienne*, on fait la couverture de plusieurs sports, ce qui intéresse beaucoup les jeunes. On présente des reportages sur nos jeunes athlètes qui se démarquent dans leur discipline, on présente aussi du hockey, que ce soit le Rocket de la ligue Junior ou les Bantams de la région Évangéline, chaque sujet reçoit le même traitement.

It is certainly a challenge to cover events for an entire province. For a small team made up of four full-time employees and one part-time employee, covering remote areas cannot be done quickly. In provinces such as New Brunswick, where there are several newspapers, we do not experience the same situation because there are more newspapers. I am not saying that there is room for a second newspaper in Prince Edward Island. We have enough difficulty sustaining one.

Several of the key questions you provided as a guide are not relevant for our newspaper, *La Voix Acadienne*. It is certain that in regions that have several newspapers, increasingly concentrated ownership may decrease media diversity. I can even take New Brunswick as an example of a province where one owner owns several newspapers that we have just listed.

I wanted to talk about the technology sector because technological innovations play an important role in the media. Take for example, *La Voix Acadienne*'s printer. The ability to deliver the newspaper through the Internet has opened doors to shopping around for printing companies. For 27 years, we did not have any other choice than to resort to the only printing service in the province. Today, the choices are open and we are now being printed in Caraquet to give our business to fellow Acadians.

Other possibilities are made available through technological innovation; advertising is prepared by big agencies in Montreal and Toronto, and take only a few minutes to be sent to Prince Edward Island. As a weekly newspaper, that facilitates things because very often large advertising campaigns are launched at the last minute.

With respect to the Government of Canada's policy framework, I would like to mention that the newspaper *La Voix Acadienne* is a non-profit organization that belongs to the community. It is a tool that the community gave itself in order to make itself heard, but above all to remain informed about current events, for the last 29 years.

The newspaper plays an important role and has a considerable responsibility when it comes to developing this minority community. All that to say that very often, through development programs, the Government of Canada refuses to finance the newspaper's projects, citing conflict of interests if it supports newspapers. I do not agree because a newspaper such as *La Voix Acadienne* should be treated as a non-profit organization and not as a private company.

Regulations to govern such situations would make sure that this type of reasoning would not slow down the flourishing of our communities, which otherwise must experience situations which hinder the development of citizens' rights in Canada. For example, let us take note of the situation in schools. We had to fight all the way to the Supreme Court to obtain our rights and to ensure acceptable infrastructure that our students are entitled to.

C'est certainement un défi que de couvrir des événements pour toute une province. Pour une petite équipe, de quatre employés à temps plein et d'un employé à temps partiel, la couverture dans les régions éloignées ne se fait pas rapidement. Dans des provinces telles que le Nouveau-Brunswick, où il y a plusieurs journaux, on ne vit pas les mêmes situations puisqu'ils sont plus nombreux. Je ne dis absolument pas qu'il y a de la place pour un deuxième journal à l'Île-du-Prince-Édouard. On a de la difficulté à en faire survivre un.

Plusieurs des questions-clé que vous nous avez soumises en guise d'orientation ne sont pas pertinentes à notre journal, *La Voix Acadienne*. C'est certain que dans des régions où il y a plusieurs journaux, l'augmentation de la propriété peut réduire la diversité des médias. Je peux même prendre l'exemple du Nouveau-Brunswick où un propriétaire possède plusieurs journaux dont on vient de couvrir.

J'aurais voulu toucher le secteur technologie puisque les innovations technologiques jouent un grand rôle dans les médias. Je prends l'exemple de *La Voix Acadienne* pour ce qui est de son imprimeur. Le fait de pouvoir faire parvenir le journal par Internet a ouvert les portes au magasinage de maisons d'imprimerie. Pendant 27 ans, nous n'avions pas d'autre choix pour l'impression que d'aller au seul imprimeur de la province. Aujourd'hui, le choix est ouvert et nous sommes maintenant imprimés à Caraquet pour garder nos dollars parmi nos acadiens.

Plusieurs autres possibilités sont offertes par l'innovation technologique; les publicités qui sont préparées par de grandes agences à Montréal et Toronto ne prennent que quelques minutes à se rendre à l'Île-du-Prince-Édouard. En tant qu'hebdomadaire, cela nous facilite les choses car souvent les grandes campagnes se planifient en dernière heure.

Pour parler du cadre politique du gouvernement du Canada, j'aimerais mentionner que le journal *La Voix Acadienne* est un organisme à but non lucratif qui appartient à la communauté. Il représente un outil dont la communauté s'est dotée pour se faire voir, et surtout pour s'informer sur des sujets d'actualité, et cela, depuis 29 ans.

Le journal joue un rôle important et a une grande responsabilité quant au développement de cette communauté minoritaire. Tout cela pour dire que souvent, par l'entremise de ses programmes de développement, le gouvernement du Canada refuse de participer financièrement aux projets du journal, ayant comme raison de ne pas pouvoir appuyer les journaux étant en conflit d'intérêt. Je ne suis pas d'accord puisqu'un journal tel que *La Voix Acadienne* devrait être traité comme un organisme à but non lucratif et non comme une compagnie privée.

Une réglementation pour traiter de ces situations pourrait assurer que ce raisonnement ne joue pas un rôle de ralentissement à l'avancement de nos communautés qui autrement doivent vivre des situations qui nuisent à l'avancement des droits des citoyens et citoyennes du Canada. Par exemple, on peut observer les situations dans les écoles. On se bat jusqu'en Cour Suprême pour y obtenir nos droits et pour des infrastructures acceptables auxquelles nos étudiants ont droit.

We need the Government of Canada to be more open to the development of minority communities. Taking away opportunities from the media, especially non-profit organizations, is to take away an opportunity for the entire community.

[English]

Senator Tkachuk: We have heard from many ethnic, French-language and weekly newspapers across the country. All have had financial trouble, particularly the minority-language newspapers. You can operate as a non-profit organization, but you cannot operate, of course, as a non-profit charitable institution. In the United States, a lot of the major magazines, such as the *National Review* and, I think, *Harper's*, actually operate under a charitable institution whereby people can make donations. Do you think that would be helpful to you, because it seems to me the more independent you are, the better you are. This would be a way for you to get funds and another news magazine to get funds. Is that suggestion something that should be contemplated?

[Translation]

Ms. Enman: In May 1990, *La Voix Acadienne* decided to set up a trust fund. In the beginning, the trust fund had only \$300,000 in it, which generated at least \$20,000 that was directly used for operations. Since then, it has helped a lot. For a small budget of \$230,000, \$20,000 represents a lot of money. We would like to see our trust fund grow, to reach the goal of \$1 million so we will continue to move in this direction. The fund was set up to assist operations, to avoid deficits, because in the past, we ran deficits of approximately \$20,000 a year. The fund helps us make ends meet.

[English]

Senator Tkachuk: Was there a tax credit or a tax deduction for accumulating money in the trust fund, or was it a government trust fund? How did the \$1 million get there?

Mme. Enman: The trust fund was a collaboration of the community, the provincial government and the federal government.

Senator Tkachuk: So it was not a tax deductible institution.

Do you receive federal government advertising and, if you do, do you think you get your fair share?

[Translation]

Ms. Enman: Mr. Claude Haché was in the room, and he will probably be able to answer you. For myself, I am the watchdog, if you will, of English-speaking newspapers. I compare what francophones receive in terms of information from the federal government, and I can tell you that I am still obliged to lodge

Nous devons obtenir du gouvernement du Canada une plus grande ouverture face au développement des communautés minoritaires. En enlevant les opportunités aux médias, spécialement ceux qui oeuvrent en tant qu'organisme, c'est enlever l'opportunité à toute la communauté.

[Traduction]

Le sénateur Tkachuk : Nous avons entendu les représentants de bien des journaux ethniques, de langue française et des hebdomadaires d'un peu partout au pays. Tous ont des difficultés financières, surtout les journaux de langue minoritaire. Vous pouvez vous constituer en organisme à but non lucratif, mais pas, bien sûr, en organisme de charité. Aux États-unis, bien des grands magazines, tels que *National Review* et, je crois, *Harper's*, sont en fait des œuvres de charité qui reçoivent des dons. Si cela vous était possible, cela vous serait-il utile? Il me semble que plus vous êtes indépendant, mieux c'est. Cela vous permettrait à vous et aux autres magazines d'information d'avoir une autre source d'argent. Avez-vous déjà envisagé cette solution?

[Français]

Mme Enman : En mai 1990, *La Voix Acadienne* a décidé de créer un fonds de fiducie. Au départ, il n'y avait que 300 000 \$ dans le fonds, ce qui générerait au moins 20 000 \$ qu'on pouvait mettre directement dans les opérations, et depuis ce temps, cela a aidé beaucoup. Pour un petit budget de 230 000 \$, la somme de 20 000 \$ représentait une grosse valeur. On aimerait faire grandir notre fonds de fiducie, afin d'atteindre un objectif de 1 000 000 \$, alors on va continuer à travailler en ce sens. Le fonds a été fondé pour aider aux opérations, pour s'assurer de ne pas faire des déficits, parce que dans le passé on faisait des déficits d'environ 20 000 \$ par année. Le fonds nous aide à y arriver.

[Traduction]

Le sénateur Tkachuk : Y a-t-il eu une retenue ou un crédit d'impôt pour l'argent qui s'accumulait dans le fonds de fiducie, ou s'agissait-il d'un fonds public? Comment avez-vous obtenu ce million de dollars?

Mme Enman : Ce fonds de fiducie a été créé grâce à la collaboration de la collectivité et des gouvernements provincial et fédéral.

Le sénateur Tkachuk : Il ne s'agit donc pas d'une somme déductible d'impôt.

Est-ce que vous publiez de la publicité du gouvernement fédéral et, dans l'affirmative, à votre avis, obtenez-vous votre juste part?

[Français]

Mme Enman : Monsieur Claude Haché était dans la salle, et il pourrait probablement vous répondre. Moi, je suis une personne qui fait le chien de garde, si vous voulez, dans les journaux anglophones, pour comparer, ce que les francophones reçoivent en information de la part du gouvernement fédéral, et je peux

many complaints with the Office of the Commissioner of Official Languages because there are still many departments which need to be made aware of the problem.

The Chairman: Which departments?

Ms. Enman: Would you like me to name them? The Atlantic Canada Opportunities Agency. They will make excuses, with respect to deadlines or last-minute campaigns.

The Chairman: But I bet that they never make mistakes when it comes to English-speaking media, they do not forget any of those papers?

Ms. Enman: I do not think the agency forgets them very often. I can tell you that I probably lodge more than 50 complaints per year.

The Chairman: The witness from the *Courrier de la Nouvelle-Écosse* told us the same thing.

Ms. Enman: We are often compared to the *Courrier de la Nouvelle-Écosse*.

The Chairman: That is amazing.

Senator Trenholme Counsell: Welcome to New Brunswick.

Ms. Enman: Thank you for inviting us.

Senator Trenholme Counsell: I am still very much interested in the level of cooperation between the three maritime provinces with respect to the Acadian community, and you use the printing press of *L'Acadie Nouvelle* for your paper, but have you had any discussions on the possibility of increasing cooperation with the *Acadie Nouvelle* for the entire Acadian population residing in the Maritimes?

Ms. Enman: At the newspaper *La Voix Acadienne*, we are among the founding members of the Association de la presse francophone; therefore, we have the opportunity to meet all weekly newspapers across Canada outside of Quebec, and we often work in partnership. Whether they be Atlantic newspapers or national Canadian newspapers, we do a lot of training together, and we have had discussions to put together publications. I believe that we have already published a maritime journal together, but we are different. *L'Acadie Nouvelle* is a daily newspaper, we are a newsweekly. We focus more on what the community considers important. The daily newspaper focuses more on current events whereas the weekly focuses more on what I call "features", and profiles on people. It is what our readers want, but we still cover current events, though never the events of the day, but rather the events of the week.

When I need advice, I call upon *L'Acadie Nouvelle*, the *Moniteur Acadien* in Shédiac, or the *Courrier de la Nouvelle-Écosse*. We help each other out a lot. We prepare projects, we talk to each other, we know each other well.

vous dire que je suis encore obligée de faire beaucoup de plaintes au Commissariat aux langues officielles sur divers ministères puisqu'il y a encore des ministères qui ont besoin de sensibilisation.

La présidente : Lesquels?

Mme Enman : Vous voulez que je les nomme? L'APECA. Ils vont faire des excuses, soit en rapport à la date de tombée ou sur la campagne qui était préparée à la dernière minute.

La présidente : Mais je parie qu'ils ne font jamais des erreurs dans l'autre sens, qu'ils oublient les médias anglophones?

Mme Enman : Je ne pense pas qu'ils les oublient souvent. Je peux dire que je fais probablement plus d'une cinquantaine de plaintes par année.

La présidente : C'est ce que nous avons déjà entendu de la part du *Courrier de la Nouvelle-Écosse*.

Mme Enman : On se compare beaucoup au *Courrier de la Nouvelle-Écosse*.

La présidente : C'est extraordinaire.

Le sénateur Trenholme Counsell : Bienvenue au Nouveau-Brunswick.

Mme Enman : Merci de nous avoir invités.

Le sénateur Trenholme Counsell : Je suis toujours très intéressée du niveau de coopération entre nos trois provinces maritimes, concernant la communauté acadienne, et « you use the printing press of *L'Acadie Nouvelle* for your paper, » mais est-ce que vous avez eu des discussions sur la possibilité d'avoir plus de coopération avec *L'Acadie Nouvelle* pour toute la population acadienne aux Maritimes.

Mme Enman : À *La Voix Acadienne*, on est membres fondateurs de l'Association de la presse francophone, alors on a l'occasion de rencontrer tous les hebdos à travers le Canada hors-Québec, et on travaille souvent en partenariat. Que ce soit les journaux Atlantiques ou les journaux au niveau Canadien, on fait beaucoup de formation ensemble et puis, on a eu des discussions pour faire des cahiers ensemble. Je pense qu'on a déjà fait des cahiers maritimes ensemble, mais nous sommes différents. *L'Acadie Nouvelle* est un quotidien, alors que nous sommes des hebdos. On va se consacrer davantage sur ce qui est important pour la communauté. Le quotidien est plus dans l'actualité tandis que l'hebdos s'intéresse plus à ce que j'appelle des "features", des chroniques sur les gens. C'est ce que nos lecteurs veulent, mais on couvre encore l'actualité, et ce n'est jamais l'actualité du jour, c'est l'actualité de la semaine.

Lorsque j'ai besoin de conseils, je fais appel à *L'Acadie Nouvelle*, au *Moniteur Acadien* à Shédiac, ou au *Courrier de la Nouvelle-Écosse*. On s'entraide beaucoup. On prépare des projets, on se parle beaucoup, on se connaît bien.

Senator Trenholme Counsell: But it seems to me that the Saturday edition of *L'Acadie Nouvelle* is different. In the Saturday edition, there is more coverage of culture, sports, religion, et cetera. I would think that it would be a good idea to make this edition available all across the Maritimes.

Ms. Enman: That is a good suggestion; however, the idea will not be openly embraced in Prince Edward Island, if Acadians from the Island are not included in that edition. Therefore, we must absolutely make sure that each newspaper contributes to putting together the maritime weekender.

Senator Trenholme Counsell: However, at the same time, I appreciate the need and value for Prince Edward Island of having its own weekly newspaper.

Ms. Enman: For now, that is where our energies have to be placed because our newspaper is in a vulnerable position. We have to focus, therefore, on its survival.

[English]

Senator Munson: How many Acadians live in Prince Edward Island?

[Translation]

Ms. Enman: Out of a population of 145,000 to 150,000 residents, there are about 5,000 Acadians.

[English]

Senator Munson: How many subscriptions?

[Translation]

Ms. Enman: One thousand.

[English]

Senator Munson: Does it take government advertising for you to survive?

Ms. Enman: Yes.

Senator Munson: How much? What is the percentage?

[Translation]

Ms. Enman: If I take the figures from the past fiscal year, 40 per cent of our advertising revenue came from the federal government, 30 per cent from the provincial government and 30 per cent from the local market.

[English]

Senator Munson: You heard some of the testimony earlier this morning from a professor at the Université de Moncton and you probably read a bit about surviving in this monopoly environment. Is there something about being in Prince Edward Island that makes it difficult for you to hold on, to keep making sure that the message of the minority is being delivered in a clear and democratic way?

Le sénateur Trenholme Counsell: Mais, il me semble que l'édition du samedi de *L'Acadie Nouvelle* soit différente. Dans cette édition, on retrouve plus de culture, plus de sports, plus de religion, etcetera, et il me semble que ce serait une bonne chose d'avoir cette édition partout dans les maritimes.

Mme Enman: C'est une bonne suggestion, mais c'est sûr qu'à l'Île-du-Prince-Édouard, ce ne sera pas accepté à bras ouverts, si on ne voit pas les Acadiens de l'Île dans cette édition, alors il faut absolument avoir la contribution de chacun des journaux pour pouvoir faire le weekender des maritimes.

Le sénateur Trenholme Counsell: Mais, en même temps, j'apprécie la nécessité et la valeur d'avoir votre propre hebdomadaire à l'Île-du-Prince-Édouard.

Mme Enman: Pour le moment, c'est là qu'il faut mettre nos énergies parce que notre journal est vulnérable. Alors, il faut donc se concentrer sur sa survie.

[Traduction]

Le sénateur Munson: Combien d'Acadiens habitent à l'Île-du-Prince-Édouard?

[Français]

Mme Enman: On dit qu'il y a 5 000 acadiens sur une population de 145 000 à 150 000 personnes.

[Traduction]

Le sénateur Munson: Combien d'abonnés comptez-vous?

[Français]

Mme Enman: Mille copies.

[Traduction]

Le sénateur Munson: Votre survie dépend-elle de la publicité du gouvernement?

Mme Enman: Oui.

Le sénateur Munson: Dans quelle mesure, en pourcentage?

[Français]

Mme Enman: Si je prends les chiffres de la dernière année fiscale, 40 p. 100 de nos revenus de publicité provenaient du fédéral, 30 p. 100 du provincial et puis 30 p. 100 du marché local.

[Traduction]

Le sénateur Munson: Vous avez entendu le témoignage que nous a présenté ce matin une professeure de l'Université de Moncton et vous avez probablement lu les articles sur la survie des journaux face à ce monopole. Parce que vous êtes à l'Île-du-Prince-Édouard, est-il plus difficile pour vous de faire passer le message de la minorité de façon claire et démocratique?

[Translation]

Ms. Enman: Transcontinental's purchase of English-speaking newspapers and the Irving's takeover is something to think about, but I do not think the community will decide to sell the newspaper. However, they might come into Prince Edward Island and start up a bilingual newspaper. There is nothing preventing them from doing so, but we have not seen that occur yet.

[English]

Senator Munson: Do you ever fear that you may be put out of business or be bought out?

[Translation]

Ms. Enman: As I have already said, I do not believe that the community would sell off its only means of written communication, but what is certain is that we fought for our schools, we survived, and we will continue to make sure the newspaper survives.

The Chairman: Are you a weekly?

Ms. Enman: Yes.

The Chairman: Fifty-two weeks per year?

Ms. Enman: Yes, fifty-one.

The Chairman: Fifty-one?

Ms. Enman: We close down for a week at Christmas.

The Chairman: Minus Christmas. How many pages are there, on average?

Ms. Enman: Sixteen to 20 pages, on average.

The Chairman: And how many journalists or employees do you have?

Ms. Enman: One.

The Chairman: One single employee. She must work very hard then.

Ms. Enman: One journalist who produces 20 to 25 articles per week. One journalist, one graphic designer, one manager, and I am responsible for sales, as well as one person who is responsible for accounting, subscriptions and all the rest.

The Chairman: Is the journalist also a photographer?

Ms. Enman: Yes. In addition, she must travel between Souris and Tignish.

The Chairman: I hope that she is very well paid.

Ms. Enman: We are not very well paid because we do not have the means.

The Chairman: Very well, hats off to your one employee.

Ms. Enman: I will pass on the message to her.

The Chairman: Transcontinental is a Quebec-based company which has many French-language resources. Has the company offered you any opportunities to cooperate?

[Français]

Mme Enman : L'achat par Transcontinental des journaux anglophones et l'emprise des Irving portent à réfléchir, mais je ne pense pas que la communauté décidera de vendre le journal. Ils pourraient par contre s'infiltrer à l'Île-du-Prince-Édouard et lancer un journal bilingue. Il n'y a rien qui dit qu'ils ne le feraient pas, mais on n'a pas encore vécu cela.

[Traduction]

Le sénateur Munson : Craignez-vous de devoir un jour fermer vos portes ou d'être rachetés?

[Français]

Mme Enman : Comme je l'ai déjà dit, je ne pense pas que la communauté vendrait son seul outil de communication écrite, mais c'est sûr qu'on s'est battu pour nos écoles et on a survécu, on va donc continuer de survivre avec le journal.

La présidente : Vous êtes un hebdomadaire?

Mme Enman : Oui.

La présidente : Cinquante-deux semaines par an?

Mme Enman : Oui, cinquante et un.

La présidente : Cinquante et un?

Mme Enman : On ferme une semaine à Noël.

La présidente : Moins Noël. Et en moyenne, combien de pages?

Mme Enman : En moyenne, 16 à 20 pages.

La présidente : Et vous avez combien de journalistes ou d'employés?

Mme Enman : Une.

La présidente : Une seule. Elle travaille donc très fort.

Mme Enman : Une journaliste qui pond de 20 à 25 textes par semaine. Une journaliste, un graphiste, une direction puis je suis assujettie aux ventes, et puis une personne qui s'occupe de la comptabilité, des abonnés et tout ce qui reste.

La présidente : Et la journaliste, est-ce qu'elle est aussi photographe?

Mme Enman : Oui. Et puis, elle doit se déplacer de Souris à Tignish.

La présidente : J'espère qu'elle est très bien payée.

Mme Enman : On n'est pas très bien payé parce qu'on n'a pas les moyens.

La présidente : Bon, chapeau à madame.

Mme Enman : Je lui transmettrai le message.

La présidente : Transcontinental, c'est une entreprise qui a été établie au Québec et qui a beaucoup de ressources en langue française. Est-ce qu'elle vous a déjà offert une coopération?

Ms. Enman: Assistance? No, nothing. Within the Association de la presse francophone, there are many newspapers that belong to Transcontinental; therefore, perhaps when it came to training, we were able to benefit from the services of Transcontinental employees.

The Chairman: Through the association?

Ms. Enman: Yes, and through training on advertising and marketing.

The Chairman: Yes, that can be precious. How long has the newspaper been in existence?

Ms. Enman: The newspaper was launched in 1975. It started off as a newsletter and became a weekly newspaper in June 1976. I have been with the paper since 1978.

The Chairman: Oh my God! It is truly your newspaper.

Ms. Enman: It gets into your bones after a while.

The Chairman: Is circulation stable?

Ms. Enman: Yes, circulation is stable. We print 1,000 copies. We have not saturated the market by any means.

The Chairman: One thousand copies for a population of 5,000 is not bad.

Ms. Enman: Yes. It is not bad, but one market we are targeting is the French immersion schools market, so next year, we will be trying to open doors in that area.

The Chairman: Perfect. I forgot to ask you a question. How much does a subscription cost?

Ms. Enman: There are different rates. On Prince Edward Island, it costs \$32, \$40 for other Canadian provinces, and \$125 for overseas subscriptions.

The Chairman: Do you have any overseas subscriptions?

Ms. Enman: Yes, I have five overseas subscriptions.

The Chairman: Very good. Can you leave us with one or several copies of your paper?

Ms. Enman: I am leaving you several copies as well as one copy of a special edition that we published on events that took place on Prince Edward Island during our 400th anniversary last year.

The Chairman: Thank you very much, Ms. Enman. I asked the *Courrier de la Nouvelle-Écosse* to send us a few copies of complaints lodged on the issue of advertising. I would ask you to do the same thing.

Ms. Enman: Are you putting together a file?

The Chairman: Yes, because obviously the goal of our investigation is to review public policy, specifically federal policy. That issue is a part of federal policy.

Ms. Enman: Certainly, I would be pleased to do so.

The Chairman: Thank you very much.

The committee is adjourned.

Mme Enman : Une offre d'aide? Non, aucune. C'est comme dans l'Association de la presse francophone, il y a beaucoup de journaux qui appartiennent à Transcontinental, alors, peut-être au niveau de la formation, on a bénéficié des services des employés de Transcontinental.

La présidente : Par le biais de l'association?

Mme Enman : Oui, et par des formations au niveau de la publicité et du marketing.

La présidente : Oui, cela peut être précieux. Et le journal existe depuis quand?

Mme Enman : Le journal a débuté en 1975. Il a commencé comme un bulletin mais est devenu hebdomadaire au mois de juin 1976. Je suis au journal depuis 1978.

La présidente : Ah mon Dieu! C'est vraiment votre journal.

Mme Enman : Cela entre dans le sang après un bout de temps.

La présidente : Et le tirage, est-il stable?

Mme Enman : Le tirage est stable, oui. On a 1 000 copies. On ne dit pas que le tirage est saturé.

La présidente : Mille copies sur une population de 5 000, c'est pas mal.

Mme Enman : Oui. C'est quand même bien, mais un marché qu'on veut vraiment entreprendre, c'est le marché des écoles d'immersion, alors dans la prochaine année, on veut essayer d'ouvrir les portes plus grandes à ce niveau.

La présidente : C'est parfait. J'ai oublié de vous poser une question. C'est combien pour un abonnement?

Mme Enman : Il y a différents tarifs. À l'île, c'est 32 \$ et puis 40 \$ pour les provinces Canadiennes en dehors de l'île, et en outre-mer, c'est 125 \$.

La présidente : Est-ce que vous en avez, en outre-mer?

Mme Enman : En outre-mer, oui, j'en ai cinq.

La présidente : Très bien. Pourriez-vous nous laisser un ou plusieurs exemplaires?

Mme Enman : Je vous laisse des exemplaires en plus d'une copie d'un cahier qu'on a produit sur toutes les activités qui ont eu lieu à l'Île-du-Prince-Édouard lors du 400^e anniversaire l'année dernière.

La présidente : Merci beaucoup, madame Enman. J'avais demandé au *Courrier de la Nouvelle-Écosse* de nous envoyer quelques exemplaires des plaintes qui avaient été formulées au sujet justement de la publicité. Je vous demande la même chose.

Mme Enman : Vous montez un dossier?

La présidente : Oui, c'est cela, parce qu'évidemment, le but de notre enquête, c'est de revoir à la politique publique, et surtout la politique fédérale. Ce dossier fait partie de la politique fédérale.

Mme Enman : Certainement. Je me ferai un plaisir.

La présidente : Merci beaucoup.

La séance est levée.

DIEPPE, Friday, April 22, 2005

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day at 12:46 p.m. to examine the current state of Canadian media industries; emerging trends and developments in these industries; the media's role, rights and responsibilities in Canadian society; and current and appropriate future policies relating thereto.

Senator Joan Fraser (Chairman) in the chair.

[English]

The Chairman: Honourable senators, welcome again to our meetings in Dieppe and Moncton.

[Translation]

For those who did not know it yet, le Senate Committee on Transport and Communications is here to continue its review of the role government should play in helping our news media remain vigorous, independent and diversified, in the context of the upheavals that have affected this field in recent years, particularly globalization, technological change, convergence and concentration of ownership.

[English]

Thus far, we have had a day and one-half of extremely interesting hearings in New Brunswick.

This afternoon, we are pleased to welcome Mr. Victor Mlodecki, Vice-President and General Manager of Brunswick News Inc.

Thank you very much for joining us. We are obviously waiting with great interest to hear what you have to tell us. The floor is yours, sir.

Mr. Victor Mlodecki, Vice-President and General Manager, The Brunswick News: In my opening remarks, senators, I propose to highlight BNI, Brunswick News Incorporated operations. I will describe our operating philosophy and address the issue of editorial policy, which I understand is of interest to the committee in the context of ownership concentration. I then propose to speak to some of the topics outlined in the list of questions forwarded to me by committee clerk, Till Heyde, and I would then be pleased to respond to questions from the committee.

I have been in the newspaper business for over 30 years. I spent 13 years with Thomson Newspapers as a daily newspaper publisher in three cities, and later as vice president and chief operating officer of the eastern division, which consisted of 22 daily newspapers. After leaving Thomson, I owned and operated two weekly newspapers in eastern Ontario, which I subsequently sold. I have been in New Brunswick since 1998 and during that time, I have been publisher of *The Daily Gleaner*, the

DIEPPE, le vendredi 22 avril 2005

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui à 12 h 46 pour examiner l'état actuel des industries de médias canadiennes; les tendances et les développements émergents au sein de ces industries; le rôle, les droits et les obligations des médias dans la société canadienne; et les politiques actuelles et futures appropriées par rapport à ces industries.

Le sénateur Joan Fraser (présidente) occupe le fauteuil.

[Traduction]

La présidente : Honorables sénateurs, bienvenue à nouveau à nos réunions à Dieppe et Moncton.

[Français]

Pour ceux qui ne le savent pas encore, le Comité sénatorial des transports et des communications est ici pour poursuivre son étude des médias canadiens d'information et le rôle que l'État devrait jouer pour aider les médias à demeurer vigoureux, indépendants et diversifiés dans le contexte des bouleversements qui ont touché ce domaine au cours des dernières années, notamment la mondialisation, les changements technologiques, la convergence et la concentration de la propriété.

[Traduction]

Jusqu'ici, nous avons eu une journée et demi d'audiences extrêmement intéressantes au Nouveau-Brunswick.

Cet après-midi, nous avons le plaisir d'accueillir M. Victor Mlodecki, vice-président et directeur général de Brunswick News Inc.

Merci beaucoup d'être venu. Nous attendons évidemment avec grand intérêt ce que vous avez à nous dire. La parole est à vous.

M. Victor Mlodecki, vice-président et directeur général, The Brunswick News : Dans ma déclaration d'ouverture, sénateurs, je propose de présenter les activités de BNI, Brunswick News Incorporated. Je décrirai notre manière de fonctionner et la politique éditoriale, qui, si je comprends bien, intéresse le comité, dans l'optique de la concentration de la propriété. Je propose d'aborder ensuite certains des sujets figurant dans la liste de questions que m'a communiquée le greffier du comité, Till Heyde, et de répondre ensuite aux questions du comité.

Je travaille dans l'édition de journaux depuis plus de 30 ans. J'ai passé 13 ans chez Thomson Newspapers, qui publiait un quotidien dans trois villes, puis j'ai été vice-président et directeur de l'exploitation de la division de l'Est, qui regroupait 22 quotidiens. Après avoir quitté Thomson, j'ai acheté et exploité deux hebdomadaires dans l'Est de l'Ontario, avant de les vendre. Je suis au Nouveau-Brunswick depuis 1998. J'y ai été éditeur du *Daily Gleaner*, du *Saint John Times Globe*, du

Saint John Times Globe, the *Telegraph-Journal* and the *Moncton Times & Transcript*. In my present capacity, I am responsible for the activities of the companies and publications listed in the attachment to our brief.

Brunswick News is a privately held New Brunswick corporation with its head office in Saint John, New Brunswick. All of the common shares of BNI are held by Otter Brook Holdings, a private holding company incorporated in New Brunswick, all of the common shares of which are wholly owned and controlled by James K. Irving, Arthur L. Irving and John E. Irving.

The group consists of three daily newspapers, six English language weeklies, six French language weeklies, and an urban weekly with an edition for each of the three major cities. We have a website associated with the newspapers, a career website and Acadian Broadcasting Ltd., which has four radio stations. All of the print titles and three of the radio stations are located in New Brunswick. The fourth radio station is in Bridgewater, Nova Scotia.

A key element of BNI's group strategy has been to extend the benefits of its size through significant capital investment in its various print properties. Without the benefit of scale, many of these local publications would not exist or would not be of the quality that BNI ownership has permitted. For example, by consolidating all of its printing operations at one production site, BNI has been able to introduce state-of-the-art printing equipment and is now able to produce more extensive colour publications. One of the challenges from an operational perspective is to maintain profitability in order to support ongoing capital investment of this type in a sector which is suffering from declining readership.

The publishers of BNI's newspapers operate under general philosophical guidelines, which leave editorial content, the day-to-day news coverage and management of the news coverage entirely in the hands of individual publishers. The BNI operating philosophy can be summed up as follows: BNI newspapers strive to be the most trusted, respected and accurate source of information in the New Brunswick communities that they serve. Our newspapers reflect broad, mainstream values of the citizens of New Brunswick. Our newspapers treat people with dignity and respect. What we print will be accordance with the standards of our communities, which we recognize will evolve and change over time. BNI newspapers will cover the news as impartially as possible without fear or favour. We will expose wrong-doing, duplicity or the misuse of power, public or private. We are committed to the principles of truth, fairness and accuracy. When mistakes are made, we will admit them and we will correct them promptly. Our newspapers' duty is to serve our readers and operate on a financially sustainable basis.

For a publisher, the key elements emerging from this operating philosophy are to produce good, respectable newspapers that serve their communities according to the highest journalistic

Telegraph-Journal et du *Times & Transcript* à Moncton. À l'heure actuelle, je suis responsable des activités des entreprises et publications indiquées dans l'annexe à notre mémoire.

Brunswick News est une société fermée du Nouveau-Brunswick dont le siège social est situé à Saint John, au Nouveau-Brunswick. Toutes les actions ordinaires de BNI sont détenues par Otter Brook Holdings, une entreprise de portefeuille constituée en société au Nouveau-Brunswick, dont les actions ordinaires sont entièrement détenues et contrôlées par James K. Irving, Arthur L. Irving et John E. Irving.

Le groupe se divise en trois quotidiens, six hebdomadaires de langue anglaise, six hebdomadaires de langue française et un hebdomadaire urbain présentant une édition pour chacune des trois grandes villes. Nous avons un site Internet rattaché aux journaux, un site Internet sur les carrières, ainsi que Acadian Broadcasting Ltd., qui possède quatre stations de radio. Toutes les publications ainsi que trois des stations de radio sont situées au Nouveau-Brunswick. La quatrième station de radio est située à Bridgewater, en Nouvelle-Écosse.

Un élément clé de la stratégie de croissance du groupe BNI a été d'accroître les avantages découlant de sa taille par d'importants investissements en capital dans ses différents journaux. Sans l'avantage de la taille, un grand nombre de ces publications locales n'existeraient pas ou n'auraient pas la qualité que BNI leur permet d'atteindre. Par exemple, en consolidant ses activités d'imprimerie, BNI a pu fournir du matériel d'impression de pointe et est maintenant apte à produire plus de publications en couleurs. L'un des objectifs, du point de vue opérationnel, est de maintenir la rentabilité afin d'appuyer la continuité des dépenses en capital de ce type dans un secteur qui souffre d'un déclin de lectorat.

Les éditeurs des journaux de BNI agissent selon des lignes de conduite générales, ce qui laisse entièrement entre les mains de chaque éditeur le contenu rédactionnel, la couverture quotidienne des nouvelles et la gestion des journaux. La philosophie d'exploitation de BNI peut se résumer succinctement comme suit : les journaux de BNI s'efforcent d'être une source d'information de confiance, respectée et précise pour les communautés du Nouveau-Brunswick qu'ils desservent. Nos journaux reflètent les valeurs grand public générales des citoyens du Nouveau-Brunswick. Nos journaux traitent les gens avec dignité et respect. Ce que nous publions est en accord avec les normes de notre communauté, sachant qu'elles évolueront et changeront au fil du temps. Les journaux de BNI couvrent les nouvelles le plus impartialement possible sans hantise ni préférence. Nous dénonçons les mauvaises actions, la fourberie ou l'abus de pouvoir, public ou privé. Nous croyons aux principes de vérité, de justice et de précision. Quand nous faisons des erreurs, nous les admettons et les corrigeons rapidement. Le rôle de nos journaux est de servir leurs lecteurs et d'être en mesure de fonctionner sur une base financièrement viable.

Les éléments clés qui ressortent de cette philosophie d'exploitation, du point de vue de l'éditeur, sont de produire de bons journaux respectables qui servent leurs communautés selon

standards, and that each publisher has the freedom to interpret this guidance in the manner most appropriate to his or her community.

A quick review of the *Telegraph-Journal*, the *Times & Transcript* and *The Daily Gleaner* will quickly reveal that the three newspapers have a different approach to news coverage, overall content and the presentation of the news. Often, readers will observe the newspapers taking opposing positions in editorials. Each newspaper reflects the needs of its community it serves.

Such reviews illustrate the BNI operating philosophy in action. Editorial decisions are taken by individual media outlets. Editorials are written by editors. The publishers, managers and editors are responsible for providing content that will attract readers while ensuring the highest standards of journalism and integrity.

One key element should be noted for its positive impact on the quality of our newspapers. BNI has made it clear to the publishers that these operations are considered as long-term investments designed to deliver quality media products to the communities they serve. In practical terms, this means that BNI newspapers have more editorial resources and more newshole than similar-size newspapers elsewhere in Canada and the United States.

BNI's commitment to quality journalism and professionalism as well as our commitment to the development of professionals with an appreciation for regional and local issues is significant. Most recently, BNI demonstrated this support with a gift of \$2 million to launch the Irving Chair in Journalism at St. Thomas University in Fredericton and the Roméo LeBlanc Chair in Journalism sponsored by BNI at the Université de Moncton.

BNI's commitment to the communities it serves is evident from the many local initiatives undertaken by our group, some of which are set out in our brief. As an example of our philosophy being responsive to the needs of communities, we have launched new French publications where none existed before. The two editions of *L'Etoile*, *La République* and *Hebdo Chaleur* together employ 24 people and have a total circulation of approximately 51,000. Recent capital investments and other improvements at our smaller properties, including *The Bugle*, the Grand Falls *La Cataracte/The Victoria Star*, *Le Madawaska* and the *Miramichi Leader/Weekend*. Before dealing specifically with media cross-ownership and the Canadian regulatory framework, I would like to address the general issue of quality and availability of news to Canadians.

BNI shares the view that has been expressed in these hearings by several other witnesses that the technological evolution of the past decade has vastly expanded the diversity of sources of news information, the number of sources as well as the amount of news that can be accessed. The supply of news information and the

les normes journalistiques les plus élevées et que chaque éditeur a la liberté d'interpréter ces lignes de conduite de la façon qu'il juge la plus appropriée.

Un bref examen du *Telegraph-Journal*, du *Times & Transcript* et du *Daily Gleaner* révélera rapidement que les trois journaux ont une approche différente de la couverture des nouvelles, autant sur le contenu que sur la présentation des nouvelles. Les lecteurs ont souvent la chance d'observer des positions opposées de la part des éditorialistes des journaux. Chaque journal reflète les besoins de sa communauté.

Ces examens illustrent la philosophie d'exploitation de BNI en action. Les décisions rédactionnelles sont prises de façon distincte pour chaque journal. Les éditoriaux sont rédigés par les rédacteurs en chef. Les éditeurs, les gestionnaires et les rédacteurs en chef ont la responsabilité de produire un contenu qui attirera les lecteurs, ce qui garantit rien de moins que les normes les plus élevées de journalisme et d'intégrité.

Il convient de mentionner un autre élément important en raison de l'impact positif qu'il a sur la qualité de nos journaux. BNI a clairement indiqué aux éditeurs que ces activités sont considérées comme des investissements à long terme afin de livrer des produits médiatiques de qualité à la communauté qu'ils desservent. En pratique, cela signifie que les journaux BNI ont des ressources rédactionnelles plus généreuses et un espace réservé aux nouvelles plus grand que les journaux de taille semblable publiés ailleurs au Canada et aux États-Unis.

L'engagement de BNI envers la qualité journalistique et professionnelle est très important, tout comme notre engagement envers le développement de professionnels ayant une compréhension des enjeux locaux et régionaux. Récemment, BNI a démontré cet appui en faisant un don de 2 millions de dollars afin d'instaurer la chaire Irving en journalisme à l'Université St. Thomas de Fredericton et la chaire Roméo LeBlanc en journalisme à l'Université de Moncton.

L'engagement de BNI envers les communautés qu'elle dessert se manifeste aussi par le grand nombre d'initiatives locales prises par notre groupe, dont certaines sont décrites dans notre mémoire. Un exemple de notre philosophie sensible aux besoins des communautés est le fait que nous avons lancé des hebdomadaires de langue française là où auparavant ils étaient inexistants. Les deux éditions de *L'Etoile*, de *La République* et de *Hebdo Chaleur* emploient 24 personnes et ont un tirage total d'environ 51 000 exemplaires. De récents investissements de capitaux et d'autres améliorations à quelques-unes de nos petites entreprises, dont le *Bugle*, le *Grand Falls*, *La Cataracte/The Victoria Star*, *Le Madawaska* et le *Miramichi Leader/Weekend*. Avant de traiter précisément de la propriété croisée des médias et du cadre de réglementation canadien, j'aimerais aborder la question générale de la qualité et de la disponibilité des nouvelles offertes aux Canadiens.

BNI partage l'opinion exprimée par plusieurs autres témoins durant ces audiences que l'évolution technologique de la dernière décennie a grandement accru la diversité des sources d'information des nouvelles, le nombre de sources ainsi que la quantité de nouvelles qui sont accessibles. L'offre de nouvelles et

sources of that supply have grown tremendously. Whether it is newspapers, magazines, Internet-based media or any of the multiple means of accessing broadband channels — off air, digital, satellite, Internet-based radio and television — Canadians now have unprecedented access to more news 24 hours a day, seven days a week. Whether your screening mechanism is by issue, language, culture, geography or any of the hundreds of different slices of news that is available, Canadians do not have a lack of information. The sheer abundance of choices available to consumers is astounding.

As the committee has heard, technological advances and the abundant supply of information have also triggered some side effects. The market has fragmented and to some extent there has been a decline in some media of traditional coverage of truly “local” news. These technological advances may also have contributed to the overall decline in newspaper readership. For newspapers, audience fragmentation poses a significant challenge because of the heavy reliance on advertising revenue. A newspaper must have readers so that it can deliver customers to advertisers. To attract readers, a newspaper must provide sufficient value that people will choose to spend their money and their time on subscribing.

At BNI, we believe that one way of retaining the interest of our readers is to provide them with a perspective on news that they may not get elsewhere. The means giving them more truly regional and local news than they will get from alternative print or electronic media outlets. In this way, we are able to continue to attract advertisers to our newspapers and generate the revenue needed to keep newspapers going.

Our strategy combined with our ability to realize cost savings by virtue of our scale allows us to keep newspapers alive in communities where a stand-alone offering might not otherwise make economic sense. It allows BNI to keep investing in these communities. It allows BNI to contribute to maintaining a diversity of voices and sources of news throughout the area we serve.

From both a policy and a business perspective, BNI does not believe that cross-media ownership or even single-media ownership concentration is an issue. Canadians have been well served by the policy framework that is in today and new regulation is not required.

As I understand it, part of the Senate committee mandate is to ascertain whether the concentration of media ownership, particularly the cross-ownership of different media, limits the diversity of opinion and is bad for the Canadian public. BNI shares the views of some who have appeared before the committee that there is no evidence that would justify interfering with what many in the world would consider a success story. We should not lightly interfere with the delicate balance we have achieved with the two regulators, the CRTC and the Competition Bureau and supportive government policy.

les sources de ces nouvelles ont connu une croissance spectaculaire. Que ce soit pour les journaux, les revues, les médias électroniques ou n'importe quel autre moyen accessible par les canaux à large bande — capté, numérique, par satellite, ou les radios et télévisions sur Internet — les Canadiens ont maintenant un accès sans précédent à plus de nouvelles 24 heures par jour, sept jours par semaine. Que le système de sélection soit par enjeu, par langue, par culture, par région ou par n'importe quel autre facteur, les Canadiens sont loin d'être en manque d'information. La grande abondance de choix disponibles aux consommateurs est ahurissante.

Comme le comité l'a entendu, les percées technologiques et l'offre abondante de nouvelles ont aussi engendré des effets secondaires : la fragmentation du marché ou de l'auditoire et, à un certain niveau, le déclin dans quelques médias de la couverture traditionnelle de nouvelles vraiment « régionales ». Ces percées technologiques peuvent aussi avoir contribué au déclin général du lectorat de journaux. La fragmentation de l'auditoire constitue un défi important pour les journaux papier, puisqu'ils dépendent fortement des revenus tirés de la publicité. Un journal se doit d'avoir des lecteurs s'il veut offrir des clients aux annonceurs. Un journal doit offrir une valeur sûre pour que les gens choisissent de dépenser de l'argent et du temps à s'abonner s'il veut attirer les lecteurs.

Chez BNI, nous croyons qu'une façon de retenir l'intérêt des lecteurs est de leur fournir une perspective sur les nouvelles qu'ils n'auront pas ailleurs. Cela veut dire leur donner plus de nouvelles vraiment régionales et locales que ce qu'ils trouveraient dans un autre journal ou dans la presse électronique. C'est en maintenant leur intérêt que nous pouvons continuer à attirer des annonceurs pour nos journaux et ainsi générer les profits nécessaires à la survie des journaux.

Notre stratégie, combinée à la capacité de réaliser des économies de coûts en raison de la taille, nous permet de garder les journaux en vie dans les communautés où une entité autonome ne serait pas économiquement viable. Cela permet à BNI de continuer d'investir dans ces communautés. Cela permet à BNI de contribuer à maintenir une diversité de voix et de sources de nouvelles dans la région que nous desservons.

Du point de vue stratégique ou commercial, BNI ne croit pas que la propriété croisée ou même la propriété unique soit un enjeu. Les Canadiens ont été bien servis par le cadre de réglementation qui est en place aujourd'hui et une nouvelle réglementation n'est pas requise.

Si je comprends bien, le mandat du comité sénatorial consiste à déterminer si la concentration de la propriété de médias, particulièrement de la propriété croisée de différents médias, limite la diversité d'opinion et est mauvaise pour le public canadien. BNI partage le point de vue de certains qui ont témoigné devant le comité, c'est-à-dire qu'il n'y a pas de preuve qui justifierait d'interférer avec ce que beaucoup de gens dans le monde considéreraient comme une réussite. Nous ne devrions pas nous interposer dans l'équilibre fragile que nous avons atteint avec deux autorités de réglementation, le CRTC et le Bureau de la concurrence, et une politique de soutien gouvernementale.

The explosion of information sources available today — from newspapers, paid and free and alternative, to TV and cable channels, to specialty publications, to direct mail, to the Internet and the bulletin board at the local laundromat — gives the public so many choices that media companies which do not provide value to their customers will weaken and eventually fail.

Contrary to firms operating in many other sectors of the economy, the cost for consumers to switch their news source when they are unhappy with their current provider is virtually nothing. Canadians today are very well served by the market.

Brunswick News Inc. believes that the media model is alive and well in Atlantic Canada. It is regulated by the hard laws of the marketplace and is in a battle for long-term survival as information sources continue to proliferate and young readers are attracted to electronic information sources.

Senator Tkachuk: Thank you very much.

What was the last mistake that one of your newspapers admitted to making?

Mr. Mlodecki: We admit to mistakes several times a week. We make our corrections usually in our newspapers on page 2 and if we make errors, we rush to correct them.

Senator Tkachuk: Are you referring to errors of grammar or errors of fact or errors in the story itself or a hurt that you imposed on someone who is unable to fight back?

Mr. Mlodecki: We always correct errors of fact.

Senator Tkachuk: We heard this morning from Marie-Linda Lord, a professor at the University of Moncton. She was quite critical of the Irving family monopoly that is exercised on the daily newspapers here in New Brunswick. I had asked her whether the Competition Bureau ever intervened.

Have you ever had to make application to the Competition Bureau or has the Competition Bureau ever notified the Irving family that they were concerned about the magnitude of ownership that the family has in the Province of New Brunswick?

Mr. Mlodecki: No.

Senator Tkachuk: They have written no letter, anything?

Mr. Mlodecki: No.

Senator Tkachuk: You talked about standards and the exposure of wrong-doings and duplicity and the misuse of power.

How do you cover the Irving-owned businesses outside of the media?

Mr. Mlodecki: Just like any other business.

Senator Tkachuk: The testimony of Ms. Lord, if I am not mistaken and maybe others are that there is a hidden fear of reprisal among reporters who report on Irving holdings.

L'explosion des sources d'information disponibles aujourd'hui — des journaux payants, gratuits ou alternatifs, aux chaînes de télévision et de câble, aux publications spécialisées, au publipostage, à Internet, au babillard à la buanderie du coin — donne au public tellement de choix que les entreprises médiatiques qui ne fournissent pas une valeur sûre à leurs clients se verront faiblir et tôt ou tard s'effondrer.

Contrairement à des entreprises dans de nombreux autres secteurs de l'économie, les coûts pour un consommateur qui désire changer de source de nouvelles lorsqu'il est insatisfait de son fournisseur actuel sont presque nuls. Les Canadiens sont actuellement très bien servis par le marché.

Brunswick News Inc. croit que le modèle de presse se porte bien actuellement dans le Canada atlantique. Elle est assujettie aux impératifs du marché et est au cœur d'une bataille pour sa survie à long terme tandis que les sources d'information continuent de proliférer et que les jeunes lecteurs sont attirés par des sources d'information électroniques.

Le sénateur Tkachuk : Merci beaucoup.

Quelle a été la dernière erreur qu'un de vos journaux a admise?

M. Mlodecki : Nous admettons nos erreurs plusieurs fois par semaine. Nous apportons les corrections habituellement à la page 2 de nos journaux et nous nous empressons de corriger les erreurs.

Le sénateur Tkachuk : S'agit-il de coquilles ou d'erreurs de fait, ou d'erreurs dans le contenu de l'article proprement dit ou encore d'un coup porté à quelqu'un incapable de se défendre?

M. Mlodecki : Nous corrigeons toujours les erreurs de faits.

Le sénateur Tkachuk : Nous avons entendu ce matin Marie-Linda Lord, professeure à l'Université de Moncton. Elle n'a pas mâché ses mots au sujet du monopole exercé par la famille Irving sur les quotidiens du Nouveau-Brunswick. Je lui ai demandé si le Bureau de la concurrence était jamais intervenu.

N'avez-vous jamais fait appel au Bureau de la concurrence ou le Bureau de la concurrence n'a-t-il jamais indiqué à la famille Irving qu'il se souciait de l'ampleur de la participation financière de la famille dans les journaux du Nouveau-Brunswick?

M. Mlodecki : Non.

Le sénateur Tkachuk : Il n'a jamais écrit de lettre, par exemple?

M. Mlodecki : Non.

Le sénateur Tkachuk : Vous avez parlé de normes et de dénonciation des mauvaises actions, de la fourberie ou de l'abus de pouvoir.

Comment couvrez-vous les activités de la famille Irving dans d'autres secteurs que les médias?

M. Mlodecki : Comme celles de n'importe quelle autre entreprise.

Le sénateur Tkachuk : Si je ne m'abuse, Mme Lord, qui n'est peut-être pas seule, croit que les journalistes qui écrivent sur les avoirs de la famille Irving craignent des représailles.

Has anybody ever been fired from one of your newspapers because of a story on one of the Irving businesses?

Mr. Mlodecki: No.

Senator Tkachuk: It has never happened?

Mr. Mlodecki: No.

Senator Tkachuk: Do you do any stories on the Irving businesses?

Mr. Mlodecki: We do a lot of stories on the Irving businesses. It is hard to produce a newspaper in New Brunswick without running across an Irving business.

Senator Tkachuk: Are they positive stories, negative stories?

Mr. Mlodecki: It depends on the circumstance.

Senator Tkachuk: I am just trying to figure out how you would cover an Irving story. Would a reporter have to consult with the editor to get advice on how to cover the story?

I am not from this area, so I am just asking the questions because I want to know the answer.

Mr. Mlodecki: I understand. We follow our guiding principle to provide our readers with what they want to know. We follow this principle in all of our stories including the stories on the Irving businesses. We do not write what the Irving's want us to write.

Senator Tkachuk: The reader does not know what he wants to know because he does not know what is going on, but would there be a time when the reporter may want to know something that he believes the reader may want to know? He does not know for sure.

Mr. Mlodecki: We have a good sense of what is important to our readers and what is not important to our readers.

Senator Trenholme Counsell: One could ask a thousand questions, but I think that I would like to zero in on page 7 of this report in a follow-up to Professor Lord's presentation this morning. It is on the record that I was very troubled and saddened about the lack of French language weeklies.

I want to ask you about the new French language weeklies where none existed before. This is quite significant, and perhaps you did indeed expand the written media.

Please tell the committee how the idea developed to publish French language weeklies.

Mr. Mlodecki: There were a number of areas in the Province of New Brunswick where the population was predominantly francophone and where French language publications did not exist. We became interested in French publications after we purchased the *Le Madawaska* in Edmundston, and prior to that, we had a publication called *L'Etoile* in Kent County, which was predominantly francophone. Most of these publications were successful so we identified other areas in New Brunswick which might be similarly served. We were able to put a second edition into the Madawaska area with a weekly paper called

Est-ce qu'un journaliste a déjà été remercié dans un de vos journaux à cause d'un article sur les entreprises Irving?

M. Mlodecki: Non.

Le sénateur Tkachuk: Ce n'est jamais arrivé?

M. Mlodecki: Non.

Le sénateur Tkachuk: Écrivez-vous des articles sur les entreprises Irving?

M. Mlodecki: Nous en écrivons beaucoup. Il est difficile de produire un journal au Nouveau-Brunswick sans parler un jour ou l'autre d'une activité de la famille Irving.

Le sénateur Tkachuk: Ce sont des articles positifs ou négatifs?

M. Mlodecki: Tout dépend des circonstances.

Le sénateur Tkachuk: J'essaie simplement de voir comment vous pourriez couvrir une nouvelle au sujet des entreprises Irving. Est-ce qu'un journaliste devrait consulter le rédacteur en chef pour obtenir des conseils sur la façon de couvrir la nouvelle?

Je ne suis pas de la région, alors je pose les questions parce que j'aimerais connaître la réponse.

M. Mlodecki: Je comprends. Nous suivons notre principe directeur, qui consiste à présenter à nos lecteurs ce qu'ils veulent savoir. Nous appliquons ce principe dans tous nos articles, y compris ceux sur les entreprises Irving. Nous n'écrivons pas ce que la famille Irving veut que nous écrivions.

Le sénateur Tkachuk: Le lecteur ne sait pas ce qu'il veut savoir parce qu'il ne sait pas ce qui se passe, mais se peut-il que le journaliste veuille savoir quelque chose qu'il croit que le lecteur peut vouloir savoir? Il ne le sait pas vraiment.

M. Mlodecki: Nous avons une bonne idée de ce qui est important pour nos lecteurs et de ce qui ne l'est pas.

Le sénateur Trenholme Counsell: On pourrait poser un millier de questions, mais je vais me concentrer sur la page 7 de ce rapport, pour donner suite au témoignage de la professeure Lord ce matin. Tout le monde sait que j'ai été très troublée et attristée par l'absence d'hebdomadaires de langue française.

Je veux vous interroger sur les nouveaux hebdomadaires de langue française là où il n'y en avait pas auparavant. C'est assez important, et vous avez peut-être effectivement élargi la presse écrite.

Veuillez expliquer au comité comment vous avez eu l'idée de publier des hebdomadaires de langue française.

M. Mlodecki: Il y avait quelques régions du Nouveau-Brunswick où la population est majoritairement francophone et où il n'y avait pas de publication en français. Nous nous sommes intéressés aux publications en français après avoir acheté *Le Madawaska* à Edmundston. Auparavant, nous avions une publication appelée *L'Etoile* dans le comté de Kent, majoritairement francophone. La plupart de ces publications étaient une réussite, alors nous avons cherché d'autres régions au Nouveau-Brunswick qui pourraient être servies de la même manière. Nous avons pu offrir une deuxième édition dans la

La Republique and then we had a second edition of *L'Etoile* for the francophone areas of Dieppe, Shédiac and Cap Ouellette. We have an English newspaper in Bathurst, but outside of Bathurst the area is predominantly francophone, so we have recently established another newspaper there, *Hebdo Chaleur*. We see market opportunities for areas that are not being addressed and we provide publications for these areas.

Senator Trenholme Counsell: Are these free publications, the new ones you have just described?

Mr. Mlodecki: Three of them are free, one is a paid publication.

Senator Trenholme Counsell: I want to ask you something that is quite sensitive vis-à-vis this morning. Have you been aware before this presentation this morning of anything negative in regard to the announcement of the opening and commencement of the Roméo LeBlanc Chair in Journalism at the Université de Moncton?

Mr. Mlodecki: There were some radio and television reports in which Ms. Lord was very critical of the donation.

Senator Trenholme Counsell: Has there been any response from the university or is it strictly the position of the professor?

Mr. Mlodecki: I believe it is strictly the position of the professor. I believe the university was quite pleased to get the donation.

Senator Trenholme Counsell: May I ask you a question with regard to students in journalism? We cannot talk about the future because we cannot know the numbers, but I wonder to what extent students during their summer employment or graduates look to Brunswick News Inc. for career opportunities?

Mr. Mlodecki: The students would love to work at BNI because that generally means that they do not have to leave the province. Journalism is a funny trade, you know. Most of us in the profession have lived in numerous cities, generally because there is one newspaper per community. To go to school, graduate, and find work in journalism in New Brunswick is a dream of many students.

Senator Trenholme Counsell: Do you know the number of students who pursue careers here in New Brunswick?

Do you have any good career stories to tell us about students graduating, let us say from the University of Moncton, and finding employment at Brunswick News Inc.?

Mr. Mlodecki: No, but there are a number of graduates from St. Thomas University that are working at our newspapers.

Senator Trenholme Counsell: Are they summer students or full-time employees?

Mr. Mlodecki: They are full-time employees.

Senator Trenholme Counsell: You have not received any students from the University of Moncton yet?

région de Madawaska avec un hebdomadaire appelé *La République*, puis nous avons eu une deuxième édition de *L'Étoile* pour les régions francophones de Dieppe, Shédiac et Cap Ouellette. Nous avons un journal de langue anglaise à Bathurst, mais les alentours de Bathurst sont surtout francophones, alors nous y avons créé récemment un autre journal, *Hebdo Chaleur*. Nous repérons des débouchés dans des régions qui ne sont pas servies et nous offrons des publications dans ces régions.

Le sénateur Trenholme Counsell : Les nouvelles publications que vous venez de décrire sont gratuites?

M. Mlodecki : Il y en a trois gratuites et une payante.

Le sénateur Trenholme Counsell : Je veux vous poser une question délicate compte tenu de ce qui a été dit ce matin. Avant l'exposé de ce matin, avez-vous déjà entendu des propos négatifs au sujet de l'annonce de la création et du début des activités de la chaire Roméo LeBlanc en journalisme à l'Université de Moncton?

M. Mlodecki : Il y a eu des reportages à la radio et à la télévision dans lesquels Mme Lord critiquait vivement le don.

Le sénateur Trenholme Counsell : L'université a-t-elle réagi ou est-ce uniquement l'opinion de la professeure?

M. Mlodecki : Je crois que c'est seulement l'opinion de la professeure. Je crois que l'université était plutôt ravie du don.

Le sénateur Trenholme Counsell : Puis-je vous poser une question au sujet des étudiants en journalisme? Nous ne pouvons pas parler de l'avenir parce que nous ne connaissons pas les chiffres, mais je me demande dans quelle mesure les étudiants qui cherchent des emplois d'été ou les nouveaux diplômés se tournent vers Brunswick News Inc. pour trouver des débouchés de carrière?

M. Mlodecki : Les étudiants adoreraient travailler chez BNI parce que cela signifie généralement qu'ils n'ont pas à quitter la province. Le journalisme est un drôle de métier, vous savez. La plupart d'entre nous avons vécu dans de nombreuses villes, généralement parce qu'il y a un journal par ville. Étudier, obtenir son diplôme et trouver du travail en journalisme au Nouveau-Brunswick, c'est le rêve de nombreux étudiants.

Le sénateur Trenholme Counsell : Savez-vous combien d'étudiants poursuivent leur carrière ici au Nouveau-Brunswick?

Avez-vous des exemples de réussite professionnelle à nous donner au sujet des étudiants qui sortent, disons de l'Université de Moncton, et qui trouvent du travail chez Brunswick News Inc.?

M. Mlodecki : Non, mais il y a quelques diplômés de l'Université St. Thomas qui travaillent dans nos journaux.

Le sénateur Trenholme Counsell : Ils ont des emplois d'été ou des emplois à plein temps?

M. Mlodecki : Des emplois à plein temps.

Le sénateur Trenholme Counsell : Vous n'avez pas encore accueilli d'étudiants de l'Université de Moncton?

Mr. Mlodecki: I cannot be definite about that. I am not sure where all of our journalists have received their degrees.

Senator Trenholme Counsell: The concept of an ombudsman has been mentioned at different hearings across the land.

In view of some of the criticism and controversy during these hearings, has Brunswick News Inc. ever had a person in such a capacity, and if so, why or why not?

Mr. Mlodecki: No, we do not have an ombudsman at this time. I am familiar with the concept, and it is generally a position that exists at larger metropolitan newspapers. While our newspapers are large for New Brunswick, in the scale of the metropolitan newspapers, we are not that big. It is a concept that we re-examine at various times, but we do a pressing need for it at this point.

Senator Trenholme Counsell: Do you get many letters that you would refer to such a person if that person existed; in other words, complaints against the papers?

Mr. Mlodecki: No, we do not get a lot of complaints against the papers and what complaints we do receive, we treat very seriously. We then speak to the person and establish the basis for the complaint.

Senator Munson: Your company seems to have an insatiable appetite. I do not know how many weeklies there are left in this province, but do you plan to have them all?

Mr. Mlodecki: We do not have a number in mind of what we want. We look at the market opportunities as they present themselves. There are many weekly newspapers in this province that we do not own yet and certainly have no intention of owning. For example, we do not have any interest in Moncton's *Journal Dieppe*, and neither are we interested in *The County Chronicle* or the *Le Moniteur Acadien* in Shediac.

Senator Munson: What is your corporate philosophy in buying out a lot of the strategic weeklies that are in every part of the province?

Mr. Mlodecki: The weeklies are important to us, but the important factor is the type of distribution system they have in place. The flyer business is becoming more and more important to newspapers and we have a distribution system now that covers approximately 90 per cent of the province. That is more our goal than the acquisition of individual weeklies: We like the distribution systems.

Senator Munson: In the last two days, we have heard testimony that people will not mess with the Irving company, and that the Irving Group interferes in editorial policy and that writers exercise self-censorship. I quote a witness in saying that, "New Brunswick is a fiefdom of the Irving's, a feudal estate,"

When you hear that kind of criticism, what is your immediate reaction?

Mr. Mlodecki: Those statements are false.

Senator Munson: Could you elaborate a bit more?

M. Mlodecki: Je ne sais pas trop. Je ne sais pas exactement où tous nos journalistes ont fait leurs études.

Le sénateur Trenholme Counsell: L'idée d'un ombudsman a été évoquée à différentes audiences d'un océan à l'autre.

Compte tenu de certaines critiques et des controverses entendues durant nos audiences, est-ce que Brunswick News Inc. a jamais eu un ombudsman? Pourquoi ou pourquoi pas?

M. Mlodecki: Non, nous n'avons pas d'ombudsman actuellement. Je connais bien l'idée et c'est un poste qui existe généralement dans les grands journaux métropolitains. Même si nos journaux de grande envergure pour le Nouveau-Brunswick, ils ne sont pas si grands par rapport aux journaux métropolitains. C'est une idée que nous réévaluons de temps en temps, mais nous ne sentons pas de besoin urgent actuellement.

Le sénateur Trenholme Counsell: Recevez-vous de nombreuses lettres que vous pourriez renvoyer à un ombudsman si un tel poste existait; autrement dit, des plaintes contre les journaux?

M. Mlodecki: Non, nous ne recevons pas beaucoup de plaintes contre les journaux et nous examinons avec beaucoup de sérieux les plaintes que nous recevons. Nous parlons ensuite avec l'intéressé et nous établissons la cause de la plainte.

Le sénateur Munson: Votre entreprise semble insatiable. Je ne sais pas exactement combien il reste d'hebdomadaires dans la province, mais avez-vous l'intention de les posséder tous?

M. Mlodecki: Nous n'avons pas d'objectif chiffré. Nous saisissons les occasions quand elles se présentent. Il y a dans la province de nombreux hebdomadaires que nous ne possédons pas encore et que nous n'avons certainement pas l'intention d'acheter. Par exemple, nous n'avons aucune participation dans le *Journal Dieppe* de Moncton, ni dans le *County Chronicle* ou *Le Moniteur Acadien* à Shédiac.

Le sénateur Munson: Quel objectif poursuivez-vous en achetant un grand nombre des hebdomadaires stratégiques aux quatre coins de la province?

M. Mlodecki: Les hebdomadaires sont importants pour nous, mais le facteur déterminant est leur système de distribution. Les circulaires deviennent de plus en plus importantes pour les journaux et nous avons actuellement un système de distribution qui couvre environ 90 p. 100 de la province. Cela nous intéresse davantage que l'acquisition d'hebdomadaires. Nous aimons les systèmes de distribution.

Le sénateur Munson: Au cours des deux derniers jours, nous avons entendu dire que les journalistes ne se mêlent pas des affaires de la compagnie Irving, que le groupe Irving s'immisce dans la politique rédactionnelle et que les journalistes s'autocensurent. Un témoin a déclaré que le Nouveau-Brunswick est le fief des Irving, un État féodal.

Quelle est votre réaction spontanée quand vous entendez ce genre de critique?

M. Mlodecki: Ces affirmations sont fausses.

Le sénateur Munson: Pouvez-vous vous expliquer un peu plus?

Mr. Mlodecki: They are false statement, but if you want to discuss any of them individually I am willing to do that with you.

Senator Munson: Could you tell me how your strategy worked in purchasing, for example, *The Bugle-Observer*?

We heard testimony about your company's ownership of the shopper, bringing ad prices down in the shopper, and this gentleman, at a particular point, felt that he was basically forced to sell his newspaper.

Mr. Mlodecki: Well, I disagree. Let me tell you how that market situation developed, and it predated me, so I am going on what I have heard about this. There was a shopper that started up in opposition to Mr. Henley a couple of years before I came to New Brunswick. They were being printed at *The Daily Gleaner* on a contract basis. They fell behind in paying their printing bill and Brunswick News Inc. acquired the shopper at that time.

Senator Munson: You own the printing presses?

Mr. Mlodecki: Yes. They operated that newspaper. I arrived in 1998 and I continued to operate that newspaper. I forget exactly what year, but a couple of years later, Mr. Henley started a newspaper in Fredericton. I assume it was in response to a competitive situation in Woodstock. I spoke to Mr. Henley probably in 2000 and asked him if he would be interested in selling his newspapers and he was eager to sell them, but it did take another two years to negotiate a price.

Senator Munson: That was it?

Mr. Mlodecki: Yes.

Senator Munson: The picture he painted yesterday did not quite sound that way.

Mr. Mlodecki: What picture did he paint?

Senator Munson: Well, you did not pay attention to the testimony.

Mr. Mlodecki: I was not here.

The Chairman: It is reported in your papers, sir.

Mr. Mlodecki: Well, I read that, but it was not the full extent of the testimony, was it?

Senator Munson: I accept your point of view.

Why did all these respected columnists leave your newspapers, people like the late Dalton Camp and others who felt that they were not being given enough.

Mr. Mlodecki: Enough what?

Senator Munson: Well, in a sense, enough freedom of discussion, freedom of the press, freedom to write what they want to write, freedom to say what they want to say.

Mr. Mlodecki: That is not why they left.

Senator Munson: Well, the copyright aspect is part of freedom of speech.

M. Mlodecki : Ce sont des affirmations fausses, mais si vous voulez discuter de chacune d'elles, je suis disposé à le faire avec vous.

Le sénateur Munson : Pouvez-vous me dire comment a fonctionné votre stratégie pour acheter le *Bugle-Observer* par exemple?

Nous avons entendu un témoignage au sujet de la propriété de ce journal d'information commerciale, de la baisse du prix des annonces et de l'obligation qu'a sentie le propriétaire de vendre son journal.

M. Mlodecki : Je ne suis pas d'accord. Permettez-moi de vous expliquer comment cette situation commerciale s'est développée et comme c'est arrivé avant mon temps, je vais vous raconter ce que j'ai entendu. Un journal d'information commerciale a été lancé en opposition à M. Henley quelques années avant que je vienne au Nouveau-Brunswick. Il était imprimé au *Daily Gleaner* sur une base contractuelle. La facture de l'imprimeur a commencé à être en souffrance et Brunswick News Inc. a alors acquis ce journal.

Le sénateur Munson : Vous possédez les presses?

M. Mlodecki : Oui. L'imprimeur exploitait le journal. Je suis arrivé en 1998 et j'ai continué à exploiter le journal. Je ne me souviens pas exactement de l'année, mais quelques années plus tard, M. Henley a lancé un nouveau journal à Fredericton. Je suppose que c'était en réaction à la situation concurrentielle à Woodstock. J'ai parlé à M. Henley, probablement en 2000, et je lui ai demandé s'il était intéressé à vendre ses journaux. Il l'était mais il a fallu deux ans pour négocier un prix.

Le sénateur Munson : C'est tout?

M. Mlodecki : Oui.

Le sénateur Munson : Le tableau qu'il a brossé hier est un peu différent.

M. Mlodecki : Quel tableau a-t-il brossé?

Le sénateur Munson : Vous n'avez pas porté attention au témoignage.

M. Mlodecki : Je n'étais pas là.

La présidente : On en a parlé dans vos journaux, monsieur.

M. Mlodecki : J'ai lu cela, mais le témoignage n'a pas été cité intégralement, n'est-ce pas?

Le sénateur Munson : J'accepte votre point de vue.

Pourquoi tous ces chroniqueurs respectés quittent-ils vos journaux, comme feu Dalton Camp et d'autres qui avaient l'impression de ne pas en avoir assez.

M. Mlodecki : Assez de quoi?

Le sénateur Munson : En un sens, assez de liberté d'expression, de liberté de presse, de liberté d'écrire ce qu'ils veulent écrire, liberté de dire ce qu'ils veulent dire.

M. Mlodecki : Ce n'est pas pour cela qu'ils sont partis.

Le sénateur Munson : Le droit d'auteur est un aspect de la liberté de parole.

Mr. Mlodecki: I disagree. That is a technical issue about being able to reuse copy after it has appeared for one insertion. The copyright agreement is common in the industry.

Senator Munson: I have some information here that in the fall of 1972, there was some sort of labour management dispute and some words have been attributed to you:

In situations like this, I believe the best policy is to fire them all, the good, the bad, the guilty, the innocent, and sort it out afterwards.

Mr. Mlodecki: I did not say that.

Senator Munson: Well, some information has been given to me along that line. You say you have not said those words in terms of your management style?

Mr. Mlodecki: I have not said those words.

The Chairman: In the Woodstock situation, you did not cut prices for ads in your shopper in order to undercut Mr. Henley's paper?

Mr. Mlodecki: Shopper pricing is based on a different model than the newspaper pricing. The shopper's cost of operation is a good deal less than a run-control service paper.

The Chairman: Did the prices remain stable through that period or were they reduced?

Mr. Mlodecki: Prices change from week to week and for different elements of the newspapers, different prices are charged. You know, even in our dailies when we are selling special editions, the pricing is different than the pricing for ROP advertising.

The Chairman: Do you have a sense of the general level?

Mr. Mlodecki: In every competitive situation, you will find that people will make offers to people to switch their advertising, but it happens on both sides of the street.

The Chairman: We also heard what was identified as hearsay testimony, although the person who recounted it seemed to think it was credible, that the publisher of a give-away to do with car sales was told that he could not place it in Irving-owned convenience stores at Irving-owned gas stations unless it was printed on Irving-owned presses and using Irving-produced newsprint. Will you comment on that?

Mr. Mlodecki: That is false.

The Chairman: No combination of any of those elements would ever or has ever occurred?

Mr. Mlodecki: No. First of all, I do not control what is put on newsstands in Irving Mainways and the newsprint business is a completely separate business from the publishing business. None of that is true. It is preposterous.

M. Mlodecki: Je ne suis pas d'accord. C'est une question technique au sujet de la capacité de réutiliser un article après qu'il a été publié une fois. L'accord sur le droit d'auteur est courant dans l'industrie.

Le sénateur Munson: J'ai ici des renseignements selon lesquels il y a eu un affrontement entre la direction et les travailleurs à l'automne 1972 et certaines paroles vous sont attribuées :

Dans des situations comme celle-ci, je crois qu'il vaut mieux les licencier tous, les bons et les mauvais, les coupables et les innocents, et faire le tri par la suite.

M. Mlodecki: Je n'ai pas dit cela.

Le sénateur Munson: Certains renseignements de cet ordre m'ont été communiqués. Vous affirmez ne pas avoir employé ces mots pour décrire votre style de gestion?

M. Mlodecki: Je n'ai pas employé ces mots.

La présidente: Dans le cas du journal de Woodstock, vous n'avez pas coupé les prix des annonces dans votre journal d'information commerciale afin de nuire au journal de M. Henley?

M. Mlodecki: Le prix des annonces dans un journal d'information commerciale n'est pas établi de la même façon que dans un journal de service. Le coût d'exploitation d'un journal d'information commerciale est nettement inférieur à celui d'un journal de service qui doit contrôler ses coûts.

La présidente: Les prix sont-ils restés stables durant cette période ou ont-ils été abaissés?

M. Mlodecki: Les prix varient d'une semaine à l'autre pour les différents éléments d'un journal. Des prix différents sont exigés. Vous savez, même dans nos quotidiens, quand nous vendons des éditions spéciales, les prix ne sont pas les mêmes que pour les annonces sans place fixe.

La présidente: Avez-vous une idée du niveau général?

M. Mlodecki: Dans toute situation concurrentielle, vous constaterez qu'on fait des offres afin d'inciter les clients à changer d'annonceur, mais c'est vrai pour les deux concurrents.

La présidente: Nous avons aussi entendu ce qui a été qualifié de témoignage par oui-dire, même si la personne qui a fait l'affirmation semblait assez crédible, au sujet de l'éditeur d'une publication gratuite pour la vente d'automobiles à qui on aurait dit qu'il ne pouvait pas le distribuer dans les dépanneurs appartenant aux Irving ni dans les postes d'essence appartenant aux Irving si elle n'était pas imprimée sur les presses appartenant aux Irving et avec du papier journal produit par les Irving. Qu'en dites-vous?

M. Mlodecki: C'est faux.

La présidente: Il n'y a jamais eu de combinaison de ces éléments?

M. Mlodecki: Non. Premièrement, je ne contrôle pas ce qui est placé dans les présentoirs à journaux dans les marchés Irving Mainways et le monde des journaux est tout à fait différent de celui de l'édition. Il n'y a rien de vrai là-dedans. C'est ridicule.

The Chairman: Completely separate?

Mr. Mlodecki: Absolutely.

The Chairman: Are you asking me to believe that Irving-produced newspapers do not use Irving-produced paper?

Mr. Mlodecki: Irving no longer produces newsprint.

The Chairman: Well, I am out of date. Then that is a good reason for you not to be using your own newsprint. When did you stop producing newsprint?

Mr. Mlodecki: Late January.

The Chairman: Oh, so I am not that out of date.

Mr. Mlodecki: No, you are not.

The Chairman: Why did the company get out of the television business?

Mr. Mlodecki: I do not know. That predates me by a number of years. I do not know the circumstances.

The Chairman: Do you know if it was directed or urged to do so by any of the regulatory authorities?

Mr. Mlodecki: I have no knowledge of that situation.

The Chairman: I wonder if you could look into it and let us know, please.

Mr. Mlodecki: I could.

The Chairman: That would be very helpful.

Fundamentally, how big is too big in the media business? I assume nobody would think it was appropriate, for example, for one corporation to own all the media outlets in the world. Moving back down from there, where would appropriate limits lie?

Mr. Mlodecki: The prime directive of almost every North American business is growth, and the media business is not any different in that respect. I cannot quantify what is too big and I could not imagine our company growing to be too big.

The Chairman: Within a given market, and let us assume for the moment that New Brunswick is the market, how big is too big?

Mr. Mlodecki: We could own every single print outlet in New Brunswick and people would still have access to news from other sources and have access to advertising from other sources.

The Chairman: Do you want to own every single print outlet?

Mr. Mlodecki: No. In fact, I just listed, I think, three or four newspapers.

The Chairman: Three.

Mr. Mlodecki: There are three in Moncton alone that I have absolutely no interest in purchasing. There is a group called Ossekeag Publishing that has five different publications around

La présidente : Tout à fait différent?

M. Mlodecki : Absolument.

La présidente : Me demandez-vous de croire que les journaux produits par les Irving n'utilisent pas du papier fabriqué par les Irving?

M. Mlodecki : Irving ne fabrique plus de papier journal.

La présidente : Alors, je suis en retard dans les nouvelles. C'est une bonne raison pour que ne pas utiliser votre propre papier. Quand avez-vous cessé de fabriquer du papier journal?

M. Mlodecki : En janvier.

La présidente : Alors, je ne suis pas si en retard que cela.

M. Mlodecki : Non, vous ne l'êtes pas.

La présidente : Quand votre entreprise s'est-elle retirée de la télévision?

M. Mlodecki : Je ne sais pas. Quelques années avant mon arrivée. Je ne connais pas les circonstances.

La présidente : Savez-vous si les autorités de réglementation l'ont demandé ou exigé?

M. Mlodecki : Je ne connais pas la situation.

La présidente : Je me demande si vous pouvez vous renseigner et nous informer.

M. Mlodecki : Je le pourrais.

La présidente : Ce serait très utile.

Dites-moi, quand devient-on trop gros dans le monde des médias? Je suppose que personne ne pourrait trouver acceptable qu'une seule entreprise possède tous les médias du monde, par exemple. À partir de cet extrême, où peut se situer la limite acceptable?

M. Mlodecki : Le principal objectif de presque n'importe quelle entreprise nord-américaine est la croissance et les médias ne sont pas différents à cet égard. Je ne saurais dire quand on devient trop gros et je ne peux pas imaginer que notre entreprise devienne trop grosse.

La présidente : Sur un marché donné, supposons pour un instant que le Nouveau-Brunswick est ce marché, quand devient-on trop gros?

M. Mlodecki : Nous pourrions posséder toute la presse écrite au Nouveau-Brunswick et les gens auraient encore accès à des nouvelles provenant d'autres sources et à de la publicité provenant d'autres sources.

La présidente : Voulez-vous posséder toute la presse écrite?

M. Mlodecki : Non. En fait, je viens de vous en nommer trois ou quatre.

La présidente : Trois.

M. Mlodecki : Rien qu'à Moncton, il y en a trois que je n'ai nullement l'intention d'acheter. Il y a un groupe appelé Ossekeag Publishing qui possède cinq publications autour de St. John. Ces

St. John. We are not interested in them at all. There is a newspaper being produced in the St. Mary's area of Fredericton that I have no interest in at all.

I should just clarify a point that I made earlier. The newspapers are nice, but it is the distribution systems that are important to me. That is the future of the business in many respects, you know. Over the next 20 years, we are going to manage our transition from newsprint to the Web. That is what we are doing, but the corollary component that is becoming very important is the distribution of flyers to households. Interestingly, you know, five years ago, I would receive several calls a month from customers saying, "Do not put those flyers in my newspaper. I do not want them. I just throw them out." Now, people like to sit down on Saturday morning with their 20 or 25 colour catalogues and choose what they will buy in the following week.

The Chairman: The transition to the Web, which you are certainly not the first person to predict, is going to require the delivery of news. It is a different form of delivering that content. If you transition to the Web and your principal interest is in delivering flyers, what do you plan to put on your websites in 20 years?

Mr. Mlodecki: Information. Our website has millions of unique viewers every month. The large global portals like AOL or Yahoo have incredible numbers of people using their systems. In our communities, we are number one. We are the largest accessed component on the Web in our communities.

The information that we now have in our newspapers will eventually fully migrate to the Web. It is there now. All of our local news is accessible on the Web.

The Chairman: And the ads?

Mr. Mlodecki: Not yet. The business model for the Web is still in transition. Now, some people are using PDF files of the entire page so that they can get it and some people are selling separate advertising on the Web. The universal business model has not been developed.

The Chairman: Obviously, I have not yet consulted your website but will do so.

Senator Tkachuk: I want to get back to Senator Fraser's question on monopoly and when is one considered a monopoly. If one has 50 per cent of the marketplace, maybe not, although in some U.S. cities of U.S. states, that is a problem.

How much of the newspaper market do your newspapers have in the Province of New Brunswick?

What is the total percentage, both in advertising dollars and distribution?

Mr. Mlodecki: I am not able to quantify that, but I can tell you that from an advertising point of view, we are the largest.

publications ne nous intéressent pas du tout. Il y a un journal produit dans la région de St. Mary's près de Fredericton qui ne m'intéresse pas du tout.

J'aimerais revenir sur une observation que j'ai déjà faite. Les journaux c'est bien, mais ce qui importe pour moi, ce sont les systèmes de distribution. C'est l'avenir de notre entreprise, à de nombreux égards, vous savez. Au cours des 20 prochaines années, nous devons gérer la transition de la presse écrite à la presse sur Internet. C'est ce que nous sommes en train de faire, mais le corollaire qui devient très important, c'est la distribution de circulaires dans les foyers. Il y a cinq ans, je recevais plusieurs appels par mois de clients qui demandaient de ne pas mettre de circulaires dans le journal. Ils ne les voulaient pas. Ils les jetaient simplement à la poubelle. Maintenant, les gens aiment recevoir leurs catalogues en 20 ou 25 couleurs le samedi matin et choisir ce qu'ils vont acheter la semaine suivante.

La présidente : La transition vers Internet, que vous n'êtes certainement pas le premier à prédire, exigera la présentation de nouvelles. C'est une façon différente d'offrir ce contenu. Si la transition vers Internet est principalement ce qui vous motive dans la distribution de circulaires, qu'afficherez-vous sur vos sites Internet dans 20 ans?

M. Mlodecki : De l'information. Tous les mois, des millions de visiteurs viennent une fois sur notre site. Un nombre incroyable de gens utilisent les systèmes des grands portails mondiaux comme AOL ou Yahoo. Dans notre région, nous venons en tête. Nous sommes l'élément de la Toile visité le plus souvent là où nous sommes présents.

L'information que nous publions actuellement dans nos journaux finira par migrer complètement sur Internet. Elle y est actuellement. Toutes nos nouvelles locales sont accessibles sur Internet.

La présidente : Et les annonces?

M. Mlodecki : Pas encore. Le modèle d'affaires pour Internet est encore en transition. À l'heure actuelle, certains utilisent des fichiers PDF de toute la page afin de pouvoir l'utiliser, tandis que d'autres vendent des annonces distinctes sur Internet. Le modèle d'affaires universel n'a pas encore été mis au point.

La présidente : Évidemment, je n'ai pas encore visité votre site Internet, mais je le ferai.

Le sénateur Tkachuk : J'aimerais revenir sur la question du sénateur Fraser au sujet du monopole et du moment où l'on est considéré comme un monopole. Quand on occupe 50 p. 100 du marché, peut-être pas, encore que, dans certaines villes américaines, c'est un problème.

Quelle est la part du marché des journaux détenue par vos journaux au Nouveau-Brunswick?

Quel est le pourcentage total des recettes publicitaires et de la distribution?

M. Mlodecki : Je ne connais pas les chiffres exacts, mais je peux vous dire que, du point de vue de la publicité, nous sommes les plus gros.

Senator Tkachuk: Are there any dailies in this province that you do not own?

Mr. Mlodecki: *L'Acadie Nouvelle, The Globe and Mail* and *The National Post* are distributed in this province.

Senator Tkachuk: I do not mean outside of New Brunswick, I mean in this marketplace.

Mr. Mlodecki: We own the three English-language daily newspapers.

Senator Tkachuk: So, would you consider that a monopoly?

Mr. Mlodecki: No.

Senator Tkachuk: Only because of newspapers outside of the province or because of the electronic media?

Mr. Mlodecki: Well, let us look at each city in isolation. What is different in the situation in Moncton, where we own the daily newspaper, than in Windsor, where CanWest owns the daily newspaper?

Senator Tkachuk: It is not that I did not ask the same questions of the others in the other markets.

Mr. Mlodecki: Yes.

Senator Tkachuk: What we are trying to do is at least get a frame of reference for the news media in the country, so I am not picking on you. These questions are not just to you alone.

Mr. Mlodecki: I understand.

Senator Tkachuk: The only people who support monopolies are the people who have them, right?

Mr. Mlodecki: Yes, but we do not have one.

Senator Tkachuk: I believe that the people who do not have a monopoly would like to have one. I am just asking. You do have a monopoly in the newspaper business in this province.

Mr. Mlodecki: No, we do not. We have what I would refer to as a "dominant market position."

Senator Tkachuk: How much would that be; about 80 per cent of the market?

Mr. Mlodecki: I could not quantify it, but let me just deal with that dominant market position. The barriers of entry into the newspaper business are next to nothing. Anybody can start a newspaper. All they need is a computer.

Senator Tkachuk: Yes.

Mr. Mlodecki: It is not like it was 25 years ago where you would have to invest millions of dollars in linotypes and presses before you could produce a newspaper. You literally can buy a \$1,000 computer with some software and be in the business of producing newspapers.

Senator Tkachuk: I understand. I am just saying that there is a monopoly here.

Le sénateur Tkachuk : Y a-t-il dans la province des quotidiens qui ne vous appartiennent pas?

M. Mlodecki : *L'Acadie Nouvelle, le Globe and Mail* et *National Post* sont distribués dans la province.

Le sénateur Tkachuk : Je ne parle pas des journaux d'ailleurs que le Nouveau-Brunswick, je parle de ce marché-ci.

M. Mlodecki : Nous possédons les trois quotidiens de langue anglaise.

Le sénateur Tkachuk : Alors, vous considéreriez-vous comme un monopole?

M. Mlodecki : Non.

Le sénateur Tkachuk : À cause des quotidiens de l'extérieur de la province ou des médias électroniques?

M. Mlodecki : Examinons chaque ville séparément. Ce qui est différent à Moncton, où nous possédons le quotidien, par rapport à Windsor, où CanWest possède le quotidien?

Le sénateur Tkachuk : Ne croyez pas que je n'ai pas posé les mêmes questions aux autres sur les autres marchés.

M. Mlodecki : Oui.

Le sénateur Tkachuk : Nous essayons d'obtenir tout au moins un cadre de référence pour les médias d'information du pays, alors je ne m'acharne pas sur vous. Je ne pose pas ces questions à vous seulement.

M. Mlodecki : Je comprends.

Le sénateur Tkachuk : Les seuls qui appuient les monopoles sont ceux qui en ont un, n'est-ce pas?

M. Mlodecki : Oui, mais nous n'en avons pas.

Le sénateur Tkachuk : Je crois que ceux qui n'en ont pas aimeraient en avoir. Je pose simplement la question. Vous exercez un monopole dans la presse écrite de cette province.

M. Mlodecki : Non. Nous avons ce que je qualifierais de « position dominante sur le marché ».

Le sénateur Tkachuk : Qu'est-ce que cela représente; environ 80 p. 100 du marché?

M. Mlodecki : Je ne pourrais pas donner de chiffre, mais permettez-moi de revenir sur cette position dominante sur le marché. Les obstacles à l'entrée sur le marché des journaux sont presque inexistants. Tout le monde peut lancer un journal. Il suffit d'un ordinateur.

Le sénateur Tkachuk : Oui.

M. Mlodecki : Ce n'était pas le cas il y a 25 ans, quand il fallait investir des millions de dollars dans des linotypes et des presses avant de pouvoir produire un journal. Aujourd'hui, il suffit d'acheter un ordinateur de 1 000 \$ et quelques logiciels pour pouvoir produire un journal.

Le sénateur Tkachuk : Je comprends. Je dis simplement qu'il y a un monopole ici.

What about television and radio? Should it be easier to start up a radio station or a TV station? Should the CRTC regard radio and TV the same way they regard newspapers, which is hands off in terms of the marketplace?

Would that be good for this country and would it be good for this province?

Mr. Mlodecki: Yes, I think so.

Senator Tkachuk: You obviously are not the dominant player in that business.

Mr. Mlodecki: No.

Senator Tkachuk: The dominant players want more regulations.

Mr. Mlodecki: We own radio stations.

Senator Tkachuk: Yes.

Mr. Mlodecki: We are talking about how involved the government should be in allowing new businesses to start. In the newspaper business, you can start a newspaper anywhere you want.

Senator Tkachuk: I know you have not been with the Irving family for a long time, but they are a conglomerate and very successful. I admire their success. I am not sure if the media business is their most profitable business or not their most profitable business, but how does it rank on the hierarchy compared to their other businesses? Is it as profitable a player as, say, the gas business or the refining business, or do you know?

Mr. Mlodecki: I do not know.

Senator Tkachuk: It just seems strange that they are in this business when they are in those other businesses. Would they have gotten into this business to control what was being said about them? Would that have been a bit of impetus for them to get into the media business?

Mr. Mlodecki: I would not venture a guess, but I will just tell you that newspapers in their own right are very good and very profitable businesses.

Senator Tkachuk: If the newspaper business is so profitable why do you not have more competition?

It seems to me that if it was profitable, which I believe it is, someone would start up somewhere to compete against you daily newspaper market.

Mr. Mlodecki: They do. They set up on a regular basis. The trend in the industry is that people do not start daily newspapers any more. They start weekly newspapers that are associated with distribution systems because a lot of the advertising dollars have migrated from ROP advertising into flyers and that is where the business is growing the fastest.

Senator Tkachuk: Right, the distribution business. I have just one more question. I am interested in what you said about the Web and the Internet. Who is your major cable carrier? Is it Rogers?

Mr. Mlodecki: Yes.

Et la télévision et la radio? Devrait-il être plus facile de lancer une station de radio ou de télévision? Le CRTC devrait-il faire pour la radio et la télévision ce qu'il fait avec les journaux, c'est-à-dire ne pas intervenir sur le marché?

Serait-ce bon pour le pays et pour la province?

M. Mlodecki : Oui, je le pense.

Le sénateur Tkachuk : Vous n'êtes évidemment pas l'acteur dominant dans ce domaine.

M. Mlodecki : Non.

Le sénateur Tkachuk : Les acteurs dominants veulent une réglementation plus stricte.

M. Mlodecki : Nous possédons des stations de radio.

Le sénateur Tkachuk : Oui.

M. Mlodecki : C'est une question de savoir dans quelle mesure le gouvernement devrait intervenir pour permettre à de nouvelles entreprises de démarrer. Dans la presse écrite, on peut lancer un journal n'importe où.

Le sénateur Tkachuk : Je sais que vous ne travaillez pas pour les Irving depuis longtemps, mais ils dirigent un conglomerat très prospère. J'admire leur réussite. Je ne suis pas certain que les médias soient leur secteur d'activité le plus rentable, mais où se situent-ils par rapport aux autres secteurs d'activité? Est-ce aussi rentable que le gaz ou les raffineries, par exemple? Le savez-vous?

M. Mlodecki : Je ne sais pas.

Le sénateur Tkachuk : Il semble étrange qu'ils soient à la fois dans ce secteur et dans les autres. Se sont-ils lancés dans ce secteur pour contrôler ce qu'on dit d'eux? Est-ce que cela a pu jouer dans la décision d'investir dans les médias?

M. Mlodecki : Je n'oserais pas faire des suppositions, mais je vous dirai simplement que les journaux sont des entreprises très rentables.

Le sénateur Tkachuk : Si les journaux sont si rentables pourquoi n'avez-vous pas plus de concurrents?

Il me semble que si c'est rentable, comme je le pense, quelqu'un lancerait un journal quelque part afin de devenir votre concurrent sur le marché des quotidiens.

M. Mlodecki : Cela se fait. De nouveaux journaux naissent à tout bout de champ. La tendance dans l'industrie est que l'on ne crée plus de nouveaux quotidiens. On crée des hebdomadaires reliés aux systèmes de distribution parce qu'une grande partie des budgets de publicité sont passés de la publicité sans place fixe vers les circulaires et que c'est là où la croissance est la plus rapide.

Le sénateur Tkachuk : Exactement, la distribution. J'ai une dernière question. Ce que vous avez dit au sujet d'Internet m'intéresse. Qui est votre principal câblodistributeur? Est-ce Rogers?

M. Mlodecki : Oui.

Senator Tkachuk: Are there a lot of satellite customers as well?

Mr. Mlodecki: Yes.

Senator Tkachuk: They are a monopoly, really.

Mr. Mlodecki: I would think that they are competitors.

Senator Tkachuk: If you were going to be selling your product, you have to send it through the wires. People have to own cable, right?

Mr. Mlodecki: Yes.

Senator Tkachuk: Are you afraid that one day they may actually charge you for using that cable?

Senator Tkachuk: Well, the customer has to pay for cable.

Mr. Mlodecki: Yes.

Senator Tkachuk: I pay for TV and I pay for Internet. Why would I not pay for Internet services, too? There is only one way for me to get your newspaper on the Internet and it just comes on the wire.

Mr. Mlodecki: You will not be able to access the local news on our website unless you are a subscriber. We charge for our copy.

Senator Tkachuk: I am saying that they will be the distributor whereas you are the distributor at the present time.

Mr. Mlodecki: Distributor of what?

Senator Tkachuk: Of your own newspapers. You have your own distribution channels, right?

Mr. Mlodecki: Yes, we do.

Senator Tkachuk: You will not be the distributor of your newspaper. It will go through another newspaper; the satellite or via the Internet.

Mr. Mlodecki: Yes, I understand.

Senator Tkachuk: You will have to fight for position on that Internet, too, right? In the end, someone else is going to be distributing your product. Do you fear a monopoly in that area of distribution?

Mr. Mlodecki: It is not a circumstance to which I have given a lot of thought. Quite frankly, it has not occurred to me up until this point.

Senator Trenholme Counsell: I have two questions and one of them concerns the concept of "the New Brunswick newspaper," and other one is related to a bilingual society, which we have here in New Brunswick.

I have been led to think of the *Telegraph-Journal* as the New Brunswick newspaper. Almost every day I purchase the *Times&Transcript* and I subscribe to *The Daily Gleaner* because I like to keep in touch with the news in Fredericton.

I think I would be happier if one paper would include a Fredericton section, a Saint John section, and a section to cover provincial news. I find that the individual papers are very

Le sénateur Tkachuk : Y a-t-il aussi beaucoup de clients du service par satellite?

M. Mlodecki : Oui.

Le sénateur Tkachuk : C'est un monopole, en réalité.

M. Mlodecki : Je dirais que ce sont des concurrents.

Le sénateur Tkachuk : Pour vendre votre produit, vous devez le transmettre sur les réseaux. Les gens ont leur propre câble, n'est-ce pas?

M. Mlodecki : Oui.

Le sénateur Tkachuk : Craignez-vous qu'on vous fasse payer un jour l'utilisation du câble?

Le sénateur Tkachuk : C'est le client qui paie pour le câble.

M. Mlodecki : Oui.

Le sénateur Tkachuk : Je paie pour la télévision et pour Internet. Pourquoi ne paierais-je pas également pour les services Internet? Il n'y a qu'une façon d'obtenir votre journal sur Internet et il passe par le câble.

M. Mlodecki : Vous n'aurez pas accès aux nouvelles locales sur notre site Internet à moins d'être abonné. Nous faisons payer notre journal.

Le sénateur Tkachuk : Je dis qu'il y a un distributeur et que le distributeur, actuellement, c'est vous.

M. Mlodecki : Distributeur de quoi?

Le sénateur Tkachuk : De vos journaux. Vous avez vos propres circuits de distribution, n'est-ce pas?

M. Mlodecki : Oui.

Le sénateur Tkachuk : Vous ne serez pas le distributeur de votre journal. Il sera distribué par un autre journal; le satellite ou Internet.

M. Mlodecki : Oui, je comprends.

Le sénateur Tkachuk : Vous devrez vous battre pour vous tailler une place sur Internet, n'est-ce pas? Au bout du compte, quelqu'un d'autre distribuera votre produit. Craignez-vous un monopole dans ce secteur de la distribution?

M. Mlodecki : Je n'ai pas vraiment réfléchi à cette question. Franchement, l'idée ne m'était jamais venue.

Le sénateur Trenholme Counsell : J'ai deux questions. La première touche à la notion de « journal du Nouveau-Brunswick » et la seconde, à une société bilingue, comme celle qui existe ici au Nouveau-Brunswick.

J'en suis venue à considérer le *Telegraph-Journal* comme le journal du Nouveau-Brunswick. Presque tous les jours, j'achète le *Times&Transcript* et je suis abonnée au *Daily Gleaner* parce que j'aime me tenir au courant des nouvelles à Fredericton.

Je serais plus contente si un journal avait un cahier sur Fredericton, un cahier sur Saint John et un cahier sur les nouvelles provinciales. Je trouve que chaque journal est très

different and not many people would buy the number of papers that I buy. I do not profess to read them all, although on the weekends, I do.

In the Moncton *Times&Transcript*, we seem to have very little coverage, relatively speaking, of the events in the capital city, including the legislature. In the capital city, except for the piece from le Centre communautaire de Sainte-Anne, you do not see much about Moncton/Dieppe, the Acadian coast. Saint John in my opinion has the best coverage of national and international news, but very little about the rest of the province apart from the odd article.

You state that part of your mandate is to be "the News Brunswick paper," and I wonder whether you have ever thought of combining your local papers into one really good paper that all citizens of New Brunswick, given that we are not that many, could read. I believe that one really good paper would help us to share each other's news and grow together.

You are smart businesspeople. Have you considered this concept?

Mr. Mlodecki: It is a concept that we have considered. If you take the Province of New Brunswick, with our population 750,000 people, we are about three-quarters as big as Calgary.

Senator Trenholme Counsell: Yes.

Mr. Mlodecki: Calgary has a daily newspaper and, of course, it has the *Calgary Sun*, but the strength and appeal of newspapers today is primarily in local news coverage. We want to know what is happening down the block and what is happening in city hall and readers are not that interested in finding out what is going on in a city that is an hour and one-half away.

Senator Trenholme Counsell: That is the reality?

Mr. Mlodecki: That is the situation in New Brunswick today.

Senator Trenholme Counsell: That is why you keep these distinct papers?

Mr. Mlodecki: That is correct.

Senator Trenholme Counsell: My other question pertains to the unique society here in New Brunswick and to those that are trying to play a very positive and significant role in building that society. I will have to reflect on the comments about the "divisions" in this province, although I do not know if that is the proper word to describe what we have heard in the last few days.

Have you thought of making your papers not totally bilingual, but really re-creating a balance in terms of the two languages and the several cultures of this province, of doing an experiment, if you will, of having French in the newspapers?

différent et que peu de gens ont envie d'acheter autant de journaux que je ne le fais. Je ne prétends pas les lire tous, bien que je le fasse les fins de semaine.

Dans le *Times&Transcript* de Moncton, il semble y avoir une couverture relativement limitée de ce qui se passe dans la capitale, y compris à l'Assemblée législative. Dans la capitale, sauf pour l'article du Centre communautaire de Sainte-Anne, on ne trouve pas grand-chose sur Moncton/Dieppe, sur la côte acadienne. À mon avis, Saint John a la meilleure couverture des nouvelles nationales et internationales, mais il est très silencieux sur le reste de la province, sauf de temps en temps.

Vous affirmez que votre mandat consiste à être « le journal du Nouveau-Brunswick » et je me demande si vous avez déjà songé à combiner vos journaux locaux en un seul vrai bon journal que pourraient lire tous les citoyens du Nouveau-Brunswick, étant donné que nous ne sommes pas si nombreux. Je crois qu'un vrai bon journal nous aiderait à échanger nos nouvelles et à grandir ensemble.

Vous êtes des gens d'affaires intelligents. Avez-vous envisagé cette possibilité?

M. Mlodecki : C'est une idée que nous avons envisagée. La province du Nouveau-Brunswick, avec ses 750 000 habitants, équivaut aux trois quarts de la population de Calgary.

Le sénateur Trenholme Counsell : Oui.

M. Mlodecki : Calgary a un quotidien et, évidemment le *Calgary Sun*, mais la vigueur et l'attrait des journaux actuellement dépendent surtout de la couverture de nouvelles locales. Nous voulons savoir ce qui arrive près de chez nous et ce qui se passe à l'hôtel de ville, et les lecteurs veulent savoir ce qui se passe dans les villes dans un rayon d'une heure et demie de voiture.

Le sénateur Trenholme Counsell : Vraiment?

M. Mlodecki : C'est la situation au Nouveau-Brunswick actuellement.

Le sénateur Trenholme Counsell : C'est pour cette raison que vous gardez ces journaux distincts?

M. Mlodecki : Exactement.

Le sénateur Trenholme Counsell : Mon autre question porte sur la société unique ici au Nouveau-Brunswick et sur ceux qui s'efforcent de jouer un rôle très positif et important pour bâtir cette société. Je devrai réfléchir sur les commentaires au sujet des « divisions » dans la province, bien que je ne sois pas certaine que ce soit le bon mot pour décrire ce que nous avons entendu ces derniers jours.

Avez-vous pensé à rendre vos journaux pas entièrement bilingues, mais des journaux qui recréeraient en réalité un nouvel équilibre entre les deux langues et les diverses cultures de la province, de tenter l'expérience de publier des articles en français dans les journaux?

You do have some French, I know, in *The Daily Gleaner* and occasionally maybe something in the *Times & Transcript*. I rarely see it. As a leader and builder of this society, have you thought of producing a paper which has some French and some English?

Mr. Mlodecki: We recognize the dual nature of the province with its francophone and anglophone populations; however I have not seen a model in North America where a bilingual newspaper has worked.

We recognize the dual nature of this province and to that end we have expanded our French language publications over the last few years.

Senator Trenholme Counsell: Has anyone ever suggested that you should try that, for instance, here in Moncton?

Mr. Mlodecki: No, but it is something that we have discussed many times. We cannot see a way to make it work.

Senator Trenholme Counsell: You said that you have not seen an example where it worked. Can you give examples in Canada where it has been tried? I will limit myself to Canada.

Mr. Mlodecki: Well, there are a couple of small examples with which I am familiar. *Le Cataracte*, when we bought it from Mr. Henley, was written in both official languages.

Senator Trenholme Counsell: I did not know that.

Mr. Mlodecki: In the 1970s I was associated with a newspaper in Penetanguishene, Ontario that was on-half English and one-half French.

I think the population groups would much rather be addressed in their chosen language.

The Chairman: You remind me of an anecdote. Years ago, when I was at *The Gazette*, something or other happened where it seemed appropriate to write a French editorial, which was not part of our practice. *The Gazette*, before it became an English-language newspaper, was a bilingual publication, and even before that it was a French publication. It has had a long life of about 180 years.

Anyway, we published a French editorial that morning and soon after the paper was released I received an absolutely panicked phone call from a friend of mine, who was the director of *Le Devoir*, an excellent, but always struggling French language paper. The director was worried that we were moving into the French market. He told me that he did not need any more competitors, given his precarious financial position. I do not know how directly pertinent that is to the concerns of Brunswick News Inc., but I have never forgotten that morning.

Senator Trenholme Counsell: I do not see it as being applicable to New Brunswick, but on the other hand, tell us about the period of time when your newspaper was bilingual.

The Senate Chairman: That was, if memory serves, from about 1790 to about 1830.

Il y a un peu de français dans le *Daily Gleaner* et de temps en temps quelque chose dans le *Times & Transcript*. J'en vois rarement. En tant que leader et bâtisseur de cette société, avez-vous pensé à publier un journal qui serait en partie en français et en partie en anglais?

M. Mlodecki : Nous reconnaissons la double nature de la province avec ses populations francophone et anglophone; mais je n'ai pas vu de modèle nord-américain de journal bilingue qui ait fonctionné.

Nous reconnaissons la double nature de la province et c'est pour cette raison que nous avons élargi nos publications en langue française ces dernières années.

Le sénateur Trenholme Counsell : Quelqu'un vous a-t-il déjà suggéré de tenter l'expérience ici à Moncton, par exemple?

M. Mlodecki : Non, mais nous en avons discuté à maintes reprises. Nous ne voyons pas comment cela pourrait fonctionner.

Le sénateur Trenholme Counsell : Vous avez affirmé que vous n'avez pas vu d'exemple qui aurait fonctionné. Pouvez-vous nous donner des exemples de tentatives au Canada? Je me limiterai au Canada.

M. Mlodecki : Il y a quelques petits exemples que je connais un peu. Quand nous l'avons acheté de M. Henley, *Le Cataracte* était bilingue.

Le sénateur Trenholme Counsell : Je ne le savais pas.

M. Mlodecki : Dans les années 70, j'ai travaillé pour un journal de Penetanguishene, en Ontario, qui était moitié anglais et moitié français.

Je pense que les populations visées préfèrent qu'on s'adresse à elles dans leur langue.

La présidente : Vous me rappelez une anecdote. Il y a des années, quand j'étais à la *Gazette*, il est arrivé quelque chose qui nous a fait penser qu'il conviendrait d'écrire un éditorial en français, ce qui n'était pas notre habitude. Avant de devenir un journal en anglais, la *Gazette* était une publication bilingue et, plus loin encore dans le temps, c'était une publication en français. Ce journal existe depuis environ 180 ans.

Quoi qu'il en soit, nous avons publié un éditorial en français le matin et, peu de temps après, j'ai reçu un appel d'un ami tout à fait paniqué. Il était directeur du *Devoir*, un excellent journal en français, mais qui lutte toujours pour sa survie. Il craignait que nous nous lancions sur le marché francophone. Il m'a dit qu'il n'avait pas besoin d'autres concurrents, étant donné sa situation financière précaire. Je ne sais pas si c'est pertinent pour Brunswick News Inc., mais je n'ai jamais oublié cette matinée.

Le sénateur Trenholme Counsell : Je ne crois pas que cela s'applique au Nouveau-Brunswick, mais racontez-nous comment c'était lorsque votre journal était bilingue.

La présidente : Si je me souviens bien, c'était d'environ 1790 à environ 1830.

Senator Munson: Sir, does everybody have to come to you to have their paper printed or do you control that, too?

Mr. Mlodecki: Do you mean the newspapers that we own?

Senator Munson: The newspapers you own and say, *L'Acadie Nouvelle*. Where are they printed?

Mr. Mlodecki: We print *The Campbellton Tribune*, which is not one of our newspapers. We do a very limited amount of job printing. Our newspapers have to be printed on our presses. *L'Acadie Nouvelle* has its own presses.

Senator Munson: I have some technical questions. You own four radio stations and you list them in your brief: CHWV, 13 employees, CHSJ, 13, CHTD, six, CKBW in Nova Scotia, 17.

Do you have any idea how many of these employees work in the news business?

Mr. Mlodecki: Off the top of my head I would say seven of those employees work in the news business.

Senator Munson: How does that number compare to 20 years ago? Is the present number a constant, an increase or a decrease?

Mr. Mlodecki: The radio business has changed a lot of over the last 20 years. My recollection of radio stations from 20 years ago is that they would not have had more staff than they have now, but if you go back 30 or 35 years ago, yes, they did.

Senator Munson: The reason I ask that question is that in testimony in Halifax we had desperate pleas from people in radio who feel that radio owners ignore local news stories.

Radio broadcasting today does not have the intensity of the old days of news gathering. In the early days of private radio we had very in-depth reporting, whereas today, we have fewer reporters who are less able to provide us with full coverage of news events.

Mr. Mlodecki: In many respects, the era of "scoop" journalism is over. The days of needing a large staff to get the news before the competition are also over. The electronic media always gets the news first, and radio stations can use the local media to find the news. The other thing is that the marketplace does not demand that kind of service from the radio stations any more. If there was a real demand for local news on radio stations, somebody would fill that demand.

Senator Munson: I believe that competition makes for better journalism, whether radio or newspaper or television.

For example, there was a time when Ottawa had six different private radio networks. I know there was a downside in AM radio and people lost money and FM emerged, but I guess I would argue that there is a place for the news on the radio. People get

Le sénateur Munson : Monsieur, est-ce que tout le monde doit s'adresser à vous pour faire imprimer son journal? Contrôlez-vous cela aussi?

M. Mlodecki : Vous voulez dire les journaux que nous possédons?

Le sénateur Munson : Ceux qui vous appartiennent et *L'Acadie Nouvelle*, par exemple. Où sont-ils imprimés?

M. Mlodecki : Nous imprimons le *Campbellton Tribune*, qui ne nous appartient pas. Nous avons peu de contrats d'impression. Nos journaux sont imprimés sur nos presses. *L'Acadie Nouvelle* a ses propres presses.

Le sénateur Munson : J'ai quelques questions techniques. Vous êtes propriétaires de quatre stations de radio. Vous en dressez la liste dans votre mémoire : CHWV, 13 employés, CHSJ, 13, CHTD, six, CKBW en Nouvelle-Écosse, 17.

Avez-vous une idée du nombre de ces employés qui travaillent aux services des nouvelles?

M. Mlodecki : De mémoire, je dirais que sept d'entre eux travaillent aux services des nouvelles.

Le sénateur Munson : Comment cela se compare-t-il à la situation il y a 20 ans? Le nombre actuel est-il constant, en hausse ou en baisse?

M. Mlodecki : La radio a beaucoup changé depuis 20 ans. Si je me souviens bien des stations de radio d'il y a 20 ans, il n'y avait pas plus de personnel qu'actuellement, mais il y en avait plus il y a 30 ou 35 ans.

Le sénateur Munson : Je pose la question parce qu'à Halifax, nous avons entendu des témoignages désespérés de journalistes de la radio qui estiment que les propriétaires des stations de radio locales ignorent les nouvelles locales.

La radio d'aujourd'hui ne va pas autant à la recherche de nouvelles qu'elle le faisait à l'époque. Au début de la radio privée, il y avait des reportages en profondeur, tandis qu'aujourd'hui il y a moins de journalistes et ils sont moins capables de couvrir les événements en détail.

M. Mlodecki : À de nombreux égards, l'ère des « scoops » est révolue. L'époque où il fallait de nombreux journalistes pour aller dénicher les nouvelles avant les concurrents l'est elle aussi. Les médias électroniques annoncent toujours les nouvelles les premiers, et les stations radio peuvent utiliser les médias locaux pour dénicher les nouvelles. En outre, le marché ne demande plus ce genre de services aux stations radio. S'il existait une réelle demande de nouvelles locales à la radio, quelqu'un y répondrait.

Le sénateur Munson : Je crois que la concurrence améliore le journalisme, que ce soit à la radio, dans la presse ou à la télévision.

Par exemple, il y a eu six réseaux de radio privés à un moment donné à Ottawa. Je sais qu'il y a eu un déclin de la radio AM et que des gens ont perdu de l'argent, et que la radio FM a émergé, mais je pense qu'il y a une place pour les nouvelles à la radio. Les

their news first in the morning and they like to have original content. It seems to me that radio people get their content from picking up a newspaper.

Mr. Mlodecki: In many cases, that is true.

Senator Munson: In your brief you wrote,

One key element should be noted for its positive impact on the quality of our newspapers: BNI has made it clear to publishers that these operations are considered long-term investments designed to deliver quality media products to the communities they serve. In practical terms, this means that BNI newspapers have editorial resources and a size of newshole that are more generous than similar-size newspapers elsewhere in Canada and the U.S.

Do you have any figures to show how you are more generous?

Mr. Mlodecki: The industry standard is that daily newspapers will run with 40 per cent advertising. Our newspapers range from 34 per cent to 37 per cent advertising, meaning that we provide more news.

Senator Munson: Do you have any views on existing foreign ownership restrictions, and do the restrictions apply to New Brunswick?

Mr. Mlodecki: I do not think it applies to New Brunswick. We do not consider foreign ownership a pressing matter.

Senator Munson: In your view, is freedom of the press something that belongs to the press or media or to the individual citizen?

Mr. Mlodecki: Freedom of the press belongs to everybody.

Senator Munson: You do have a sense of humour, right?

Mr. Mlodecki: Yes.

Senator Munson: That is the first time I have seen you smile since you sat down. I am from New Brunswick, too. You should not be afraid of me. My dad was from Alma and my mother is from Baie Verte and my wife is an Acadian.

Mr. Mlodecki: I am not afraid of you.

Senator Munson: Well, that is good. I just wanted to make sure on Friday afternoon that you have a sense of humour.

The Chairman: You have listed the number of employees at the various papers and at the various other media operations, but I wonder if you could tell us the number of people you have in the editorial departments. If you cannot do it right now, that is fine.

Mr. Mlodecki: In New Brunswick, we have over 150 journalists.

gens aiment s'informer en se levant le matin et avoir le contenu original. Il me semble que les journalistes à la radio vont chercher leur contenu dans les journaux.

M. Mlodecki : C'est souvent le cas.

Le sénateur Munson : Dans votre mémoire, vous affirmez,

Il convient de mentionner un autre élément important en raison de l'impact positif qu'il a sur la qualité de nos journaux. BNI a clairement indiqué aux éditeurs que ces activités sont considérées comme des investissements à long terme afin de livrer des produits médiatiques de qualité à la communauté qu'ils desservent. En pratique, cela signifie que les journaux BNI ont des ressources rédactionnelles plus généreuses et un espace réservé aux nouvelles plus grand que les journaux de taille semblable publiés ailleurs au Canada et aux États-Unis.

Avez-vous des statistiques pour montrer jusqu'à quel point vous êtes plus généreux?

M. Mlodecki : La norme dans l'industrie est que les journaux contiennent 40 p. 100 de publicité. Les nôtres en contiennent de 34 à 37 p. 100, ce qui veut dire que nous présentons plus de nouvelles.

Le sénateur Munson : Que pensez-vous des restrictions actuelles concernant la propriété étrangère et s'appliquent-elles au Nouveau-Brunswick?

M. Mlodecki : Je ne pense pas que cela s'applique au Nouveau-Brunswick. Nous ne considérons pas la propriété étrangère comme une question pressante.

Le sénateur Munson : À votre avis, la liberté de la presse appartient à la presse ou aux médias ou bien aux citoyens?

M. Mlodecki : La liberté de presse appartient à tout le monde.

Le sénateur Munson : Vous avez le sens de l'humour n'est-ce pas?

M. Mlodecki : Oui.

Le sénateur Munson : C'est la première fois que je vous vois sourire depuis que vous vous êtes assis. Je viens du Nouveau-Brunswick, moi aussi. Vous ne devriez pas avoir peur de moi. Mon père venait d'Alma et ma mère de Baie Verte, et ma femme est Acadienne.

M. Mlodecki : Je n'ai pas peur de vous.

Le sénateur Munson : C'est très bien. Je voulais seulement m'assurer que vous avez le sens de l'humour le vendredi après-midi.

La présidente : Vous avez indiqué le nombre d'employés dans les divers journaux et autres médias, mais je me demande si vous pouvez nous donner le nombre de personnes qui travaillent au service de l'éditorial. Si vous ne pouvez pas donner le chiffre tout de suite, cela ne fait rien.

M. Mlodecki : Il y a plus de 150 journalistes au Nouveau-Brunswick.

The Chairman: Way over 150 or a few over 150?

Mr. Mlodecki: A few over 150.

The Chairman: The majority of them work in the dailies, I assume?

Mr. Mlodecki: Yes.

The Chairman: A breakdown between the dailies and everybody else would be handy.

Mr. Mlodecki: There are between 105 and 110 journalists employed in the dailies.

The Chairman: We heard yesterday how in Moncton in recent years it has gone from 17 to 34 journalists, which is a gratifying trend for anybody who comes out of journalism.

Mr. Mlodecki: Yes, that is correct.

The Chairman: You made reference to the newspaper business and said,

The barriers of entry into the newspaper business are next to nothing. Anybody can start a newspaper. All they need is a computer.

I agree that it is easy to buy a computer, and anyone can do a blog, but the printing and distribution of that paper would be a difficult undertaking.

Do you print any competitors' papers?

Mr. Mlodecki: What is a competitor? The only non-BNI regular publication that we print is *The Campbellton Tribune*, which is an independent paper.

The Chairman: Yes. Would you print my paper if I moved to town and decided to start a paper?

Mr. Mlodecki: No.

The Chairman: I would basically have to find a press?

Mr. Mlodecki: Yes, you would have to find a printer and there are lots of them around.

The Chairman: Would you distribute my paper?

Mr. Mlodecki: No.

The Chairman: We talked about profit levels. What in your view is an appropriate profit target for a daily newspaper and for a weekly newspaper?

Mr. Mlodecki: In my experience, an acceptable profit level for newspapers is in the mid-twenties. I have seen New Brunswick newspapers with profit ratios over 50 per cent.

The Chairman: Do you instruct your various publishers to reach 50 per cent?

Mr. Mlodecki: No, that would have a cost on quality.

The Chairman: No kidding.

La présidente : Beaucoup plus de 150 ou un peu plus de 150?

M. Mlodecki : Un peu plus de 150.

La présidente : La plupart d'entre eux travaillent dans les quotidiens, je suppose?

M. Mlodecki : Oui.

La présidente : Une ventilation entre les quotidiens et les autres journaux serait utile.

M. Mlodecki : Il y a de 105 à 110 journalistes dans les quotidiens.

La présidente : Nous avons entendu hier qu'à Moncton, ils sont passés de 17 à 34 ces dernières années, ce qui est une tendance réjouissante pour ceux qui sortent des écoles de journalisme.

M. Mlodecki : Oui, c'est exact.

La présidente : Vous avez évoqué le monde des journaux et déclaré,

Les obstacles à l'entrée sur le marché des journaux sont presque inexistant. Tout le monde peut lancer un journal. Il suffit d'un ordinateur.

Je conviens que c'est facile d'acheter un ordinateur et que tout le monde peut avoir un blogue, mais imprimer et distribuer un journal, ce serait bien plus difficile.

Imprimez-vous les journaux de vos concurrents?

M. Mlodecki : Qu'est-ce qu'un concurrent? La seule publication périodique qui n'appartient pas à BNI et que nous imprimons est le *Campbellton Tribune*, un journal indépendant.

La présidente : Oui. Imprimeriez-vous mon journal si je décidais de lancer un journal en ville?

M. Mlodecki : Non.

La présidente : Je devrais trouver un imprimeur?

M. Mlodecki : Oui, vous devriez trouver un imprimeur et ils sont nombreux dans la région.

La présidente : Distribueriez-vous mon journal?

M. Mlodecki : Non.

La présidente : Nous avons parlé des profits. À votre avis, quels sont les objectifs pertinents en la matière pour un quotidien et pour un hebdomadaire?

M. Mlodecki : D'après mon expérience, une marge bénéficiaire acceptable pour les journaux se situe autour de 25 p. 100. J'ai vu des journaux du Nouveau-Brunswick qui avaient des marges de plus de 50 p. 100.

La présidente : Demandez-vous à vos éditeurs d'atteindre une marge de 50 p. 100?

M. Mlodecki : Non, la qualité en souffrirait.

La présidente : Sans blague.

Even though you said that that nobody was ever fired for writing something critical of an Irving company, it has been publicly reported that one journalist, Mr. Mike Parker lost his job very soon after writing critical material and after his publication was purchased by Brunswick News Inc.

Mr. Mlodecki: Yes, I heard that. It just does not make any sense because he is a writer and his material has to go through an editor and if we did not want to publish it we would not have done so. The fact of the matter is; his losing his job has absolutely nothing to do with that column. Actually, I thought the column was pretty good.

We bought the *Here* publications, and as you know, they were perennial money losers. To keep them in the same business model that they were losing money in for all those years does not make sense. We eliminated staff writing positions and replaced them with correspondents and freelancers.

He got caught in that fallout that had nothing to do with the column.

The Chairman: If he were to present himself and say, "I will do you the column on a freelance basis," that would be perfectly okay?

Mr. Mlodecki: Yes, that would be fine.

The Chairman: I am interested in your four-point statement entitled "Operating philosophy and editorial freedom."

How many of your employees are aware of this operating philosophy?

Mr. Mlodecki: The publishers are aware of the philosophy.

The Chairman: It is not a public document? There are and have been media companies who have similar statements which are made available to the people who actually produce the news.

Mr. Mlodecki: This is a work in progress and we are getting it to the point where we think it is exactly what we wanted to say, and it may in the near future be rolled out to all the newspapers.

The Chairman: Obviously, what I am driving at is the repeated comments about self-censorship. I refer to the people who are further down the food chain than you are and who believe that it is just not acceptable to cover Irving companies or to say anything critical about Irving companies.

Mr. Mlodecki: We do all the time.

The Chairman: Sir, I do not read your newspapers 365 days a year.

I am talking about the kind of perception that arises very easily and is very difficult to eradicate, and that is why I am so interested in this statement.

I am very encouraged to hear you say that are actually contemplating rolling it out to everybody.

Même si vous avez déclaré que personne n'a jamais été licencié parce qu'il aurait critiqué une entreprise Irving, on a indiqué publiquement qu'un journaliste, M. Mike Parker, a perdu son emploi très peu de temps après avoir écrit une chronique critique et que son journal a été acheté par Brunswick News Inc.

M. Mlodecki : Oui, j'ai entendu cela. Cela ne tient pas debout parce qu'il est journaliste et que ce qu'il écrit doit passer par un directeur de la rédaction et que si nous n'avions pas voulu le publier, nous ne l'aurions pas fait. La réalité c'est que son licenciement n'a absolument rien à voir avec cette chronique. De fait, je l'ai trouvée assez bonne.

Nous avons acheté les publications *Here* et, comme vous le savez, elles étaient des gouffres sans fin. Il aurait été stupide de les maintenir dans le modèle d'affaires qui faisait qu'elles perdaient de l'argent depuis des années. Nous avons éliminé des postes de journalistes et les avons remplacés par des correspondants et des pigistes.

Il a été emporté dans ce mouvement, qui n'avait rien à voir avec sa chronique.

La présidente : S'il devait se présenter chez vous et vous proposer d'écrire ses chroniques comme pigiste, ce serait tout à fait acceptable?

M. Mlodecki : Oui, ce serait acceptable.

La présidente : Je suis intéressée par votre déclaration en quatre points intitulée « Philosophie d'exploitation et liberté de presse ».

Combien de vos employés sont au courant de cette philosophie?

M. Mlodecki : Les éditeurs sont au courant.

La présidente : Ce n'est pas un document public? Des entreprises dans le secteur des médias ont et ont eu des énoncés de ce genre et les ont mis à la disposition de ceux qui produisent les nouvelles.

M. Mlodecki : C'est un document en devenir et nous pensons actuellement qu'il correspondra bientôt exactement à ce que nous voulons dire. Il pourrait être bientôt communiqué à tous les journaux.

La présidente : Évidemment, je veux en venir aux affirmations répétées au sujet de l'autocensure. Je pense à ceux qui sont à des échelons plus bas que vous et qui croient qu'il n'est tout simplement pas acceptable de couvrir les entreprises Irving ou de critiquer les entreprises Irving.

M. Mlodecki : Nous le faisons tout le temps.

La présidente : Monsieur, je ne lis pas vos journaux 365 jours par année.

Je parle des impressions qui naissent très facilement et qu'il est difficile de dissiper. C'est pour cette raison que cet énoncé m'intéresse tant.

Je suis très contente de vous entendre dire que vous envisagez de le communiquer à tout le monde.

Mr. Mlodecki: As I said, this is a work in progress. It has taken us a number of years to get it to the point where we are comfortable with it and soon we will make it public.

The Chairman: Put it up on the Web, distribute it and give it to everybody you hire. Perhaps, you could publish it in your newspapers once a year or once a month.

Would you consider inserting a specific point to state that BNI will cover Irving-owned operations in exactly the same way as they cover anything else?

Mr. Mlodecki: That would be treating them differently from any other business in the community.

The Chairman: You have a line in your brief that says, "BNI newspapers will cover the news as impartially as possible without fear or favour," and, presumably, that could be interpreted to mean what I just suggested. Some might prefer more direct clarity.

Mr. Mlodecki: That would mean that we would be dealing with Irving businesses differently from any other, which would be against our philosophy. The Irving businesses are just like any other business.

Senator Trenholme Counsell: I am going to sound like a lobbyist, but you people do not repeat yourselves very often; and twice in this document you talk about declining readership. I am not going to ask you for numbers because we have discussed that all across the country.

Have you ever given any consideration to putting free newspapers in the schools of New Brunswick? I do not mean in the office or in the staffroom, I mean in the libraries of our schools.

Mr. Mlodecki: We have an arrangement with the province where we deliver 1,000 newspapers a day to the schools of New Brunswick.

Senator Trenholme Counsell: When you say you deliver them to the schools, are they delivered locally by a papergirl or boy, or are they subscriptions?

Mr. Mlodecki: It depends where the school is located. We have made an arrangement with the province that for a highly discounted rate, we will provide 1,000 newspapers to the school system in New Brunswick every day. They are delivered to individual schools, whether by a driver, a carrier, or however.

Senator Trenholme Counsell: What you are saying is different from what I asked. You said a "highly discounted rate" and I said "free."

Mr. Mlodecki: It is almost free.

Senator Trenholme Counsell: I did not know this.

We have two education systems in the province. Do you provide newspapers to both of the systems?

Mr. Mlodecki: I am unable to verify whether we do or do not.

The Chairman: Do you speak French, Mr. Mlodecki?

M. Mlodecki: Je le répète, c'est un document en devenir. Il nous a fallu des années avant d'arriver au point où nous sommes à l'aise avec ce document, et nous le rendrons public très bientôt.

La présidente: Affichez-le sur Internet, distribuez-le et remettez-le à tous ceux que vous embauchez. Vous pourriez peut-être le publier dans vos journaux une fois par année ou tous les mois.

Envisageriez-vous d'ajouter un paragraphe indiquant expressément que BNI couvrira les activités des entreprises Irving exactement de la même manière que les autres?

M. Mlodecki: Ce serait les traiter autrement que les autres entreprises.

La présidente: Vous affirmez dans votre mémoire que « les journaux BNI couvrent les nouvelles le plus impartialement possible sans hantise ni préférence ». On peut supposer que cela pourrait être interprété de manière à signifier ce que je viens de suggérer. Certains pourraient préférer plus de clarté.

M. Mlodecki: Cela voudrait dire que nous traiterions les entreprises Irving différemment des autres, ce qui irait à l'encontre de notre philosophie. Les entreprises Irving sont des entreprises comme les autres.

Le sénateur Trenholme Counsell: Je vais me faire comparer à une lobbyiste, mais les gens comme vous ne se répètent pas très souvent; et deux fois dans votre mémoire, vous parlez de déclin du lectorat. Je ne vais pas vous demander de statistiques, parce que nous en avons discuté d'un océan à l'autre.

Avez-vous déjà pensé à distribuer des journaux gratuitement dans les écoles du Nouveau-Brunswick? Je ne veux pas dire les bureaux ou les salles des professeurs, mais plutôt les bibliothèques de nos écoles.

M. Mlodecki: Nous avons une entente avec la province afin de livrer 1 000 journaux par jour aux écoles du Nouveau-Brunswick.

Le sénateur Trenholme Counsell: Vous les livrez à l'école par un camelot ou par abonnement?

M. Mlodecki: Tout dépend où se trouve l'école. Nous avons conclu avec la province une entente selon laquelle nous fournissons, à un prix très réduit, 1 000 journaux au réseau scolaire du Nouveau-Brunswick tous les jours. Les journaux sont livrés à chaque école, par camion, par camelot ou autrement.

Le sénateur Trenholme Counsell: Ce que vous dites est différent de ce que je vous ai demandé. Vous dites « à un prix très réduit ». Je parlais de distribution gratuite.

M. Mlodecki: C'est presque gratuit.

Le sénateur Trenholme Counsell: Je ne le savais pas.

Nous avons deux systèmes d'éducation dans la province. Vous offrez des journaux aux deux?

M. Mlodecki: Je devrais vérifier.

La présidente: Parlez-vous français, monsieur Mlodecki?

Mr. Mlodecki: No, I do not.

The Chairman: Does anybody in charge of your French language publications at head office speak French?

Mr. Mlodecki: Yes, our publisher, Hermel Volpe in Madawaska, our publisher of *L'Etoile*, Richard Thibeau, and our publisher of *Hebdo Chaleur*, all speak French.

The Chairman: I would assume that at the local level the people running the French language media would speak French. I am more concerned with French speaking employees at the corporate level.

Mr. Mlodecki: Those publishers report directly to me.

The Chairman: We have heard testimony from *L'Acadie Nouvelle* that there is considerable concern about your arrival in the French language weekly market. They think that your entry into that market is eroding their advertising base, and that you are targeting them. Can you respond to that testimony?

Mr. Mlodecki: As I stated earlier, we identified opportunities where French language publications would be viable and we acted on those opportunities. *L'Acadie Nouvelle* had the same opportunity to identify and act on those opportunities at the same time we did, but they chose not to act. All of those publications are viable, profitable publications today.

The Chairman: Given the importance of *L'Acadie Nouvelle* in the Acadian community, and as you contemplate the future, do you feel any sense of responsibility at all to avoid damaging the French papers?

I am not talking about normal, healthy competition; I am talking about an institution that has significant community importance.

Does that enter at all into your calculations?

Mr. Mlodecki: I was a little disturbed by the testimony that I heard from *L'Acadie Nouvelle*. It sounds to me that they do not want Brunswick News Inc. to have a monopoly so that they can have a French monopoly, which I do not think is correct.

The Chairman: There are a couple of other points I would like to follow up with you. First, is there a common policy on letters to the editor; and, second, do you set it or, if not, do you have any idea how it works in the various papers?

Mr. Mlodecki: Each newspaper has its own letters policy, but it is generally guided by principles of reasonableness. If somebody has written 100 letters to the editor, it is highly unlikely that 80 will be printed in the next six months.

The Chairman: Is it publicly understood what quotas there might be, how frequently you are likely to get into the paper?

M. Mlodecki : Non.

La présidente : Est-ce qu'un responsable de vos publications en langue française au siège social parle français?

M. Mlodecki : Oui, notre éditeur, Hermel Volpe à Madawaska, notre éditeur de *L'Etoile*, Richard Thibeau, et l'éditeur de *Hebdo Chaleur*, parlent tous français.

La présidente : Je peux imaginer qu'au niveau local, ceux qui dirigent les journaux en français parlent français. Je pense davantage aux employés qui parlent français au siège social.

M. Mlodecki : Ces éditeurs relèvent directement de moi.

La présidente : Nous avons entendu le témoignage *L'Acadie Nouvelle*, qui s'inquiète grandement de votre arrivée sur le marché des hebdomadaires de langue française. Ils croient que votre entrée sur ce marché érode leur clientèle publicitaire et que vous les ciblez. Que répondez-vous à ce témoignage?

M. Mlodecki : Comme je l'ai déjà indiqué, nous avons repéré des occasions d'affaires, des publications en langue française qui seraient viables, et nous avons saisi ces occasions. *L'Acadie Nouvelle* pouvait également voir ces débouchés et agir en conséquence en même temps que nous, mais ce journal ne l'a pas fait. Toutes ces publications sont viables, ce sont actuellement des publications rentables.

La présidente : Étant donné l'importance de *L'Acadie Nouvelle* dans la communauté acadienne, et dans votre planification pour l'avenir, sentez-vous la responsabilité d'éviter de nuire aux journaux en français?

Je ne parle pas de la concurrence normale, saine; je parle d'une institution qui a une grande importance dans la communauté.

Est-ce que vous tenez compte de tout cela dans vos calculs?

M. Mlodecki : J'ai été un peu perturbé par le témoignage de *L'Acadie Nouvelle*. Il me semble qu'ils ne veulent pas que Brunswick News Inc. exerce un monopole afin qu'ils puissent en exercer un sur les journaux en français, ce qui ne me paraît pas correct.

La présidente : J'aimerais revenir sur quelques autres aspects. Premièrement, y a-t-il une politique commune au sujet des lettres à la rédaction; et deuxièmement, l'établissez-vous ou avez-vous une idée de la manière dont elle est appliquée dans les divers journaux?

M. Mlodecki : Chaque journal a sa propre politique concernant les lettres à la rédaction, mais la politique repose généralement sur ce qui est raisonnable. Si quelqu'un écrit 100 lettres à la rédaction, il est très peu probable que 80 d'entre elles seront publiées au cours des six mois suivants.

La présidente : Sait-on clairement quels quotas pourraient s'appliquer, combien de fois les lettres ont des chances d'être publiées dans le journal?

Mr. Mlodecki: Do we have a listing of a quota for the number of letters to the editor you can write? No we do not. We generally take each letter on its own merit, but when we receive 100 letters from the same person the letters are usually on the same topic.

The Chairman: It is just a matter of clarity so that people understand the context into which they are sending their recommendations.

Mr. Mlodecki: We try to find every possible reason to run the letter rather than find reasons not to run the letter.

The Chairman: Another element that was raised had to do with a film called *Forbidden Forest*.

Mr. Mlodecki: Yes.

The Chairman: I understand it deals with the environmental practices of forestry companies, and that Irving-owned publications did not cover this film.

Mr. Mlodecki: There was an article written on that film and there was also an announcement of the day it was playing. It was covered.

The Chairman: It was covered, but not extensively.

Let me come back to the French language market. Would you consider launching a French language daily?

Mr. Mlodecki: I have no aversion to publishing a French language daily, but there is not room in New Brunswick to launch another one right now.

The Chairman: We also heard testimony about common content in the weeklies. I am impressed with your nice long list of bureaus, including correspondents in Ottawa for both the *Telegraph-Journal* and the *Times & Transcript*.

For a company with your readership that is better than some larger papers I could name. However, that is with the dailies.

We did hear that you have more common content in the weeklies than you have in the dailies and at least for a period, a common editorial in the weeklies.

Can you explain how that all works?

Mr. Mlodecki: I am unaware of any common editorial in the weeklies. I am not saying that it has not happened because I do not read every single issue of the weeklies that we print. If that was the case, I would ask the publishers to stop that immediately.

The Chairman: It seems to me that if you have a local weekly you want it to be local; you do not want it to be centralized. Do they share other content?

Mr. Mlodecki: They buy similar content from CP called "the toolbox" and they may share some syndicated features, but it would not be very often that they would share news stories.

M. Mlodecki : Avons-nous établi des quotas sur le nombre de lettres à la rédaction qu'on peut écrire? Non. Nous examinons généralement la valeur de chaque lettre, mais lorsque nous en recevons 100 de la même personne, les lettres portent habituellement sur le même sujet.

La présidente : C'est seulement une question de clarté, afin que les gens comprennent le contexte dans lequel ils font leurs recommandations.

M. Mlodecki : Nous nous efforçons de trouver toutes les raisons possibles de publier la lettre plutôt que de trouver des raisons de ne pas le faire.

La présidente : Une autre question qui a été soulevée portait sur un film intitulé *Forbidden Forest*.

M. Mlodecki : Oui.

La présidente : Je crois comprendre qu'il porte sur les pratiques environnementales des sociétés forestières et que les publications Irving n'ont pas couvert ce film.

M. Mlodecki : Il y a eu un article sur ce film, ainsi qu'une annonce le jour où il a été diffusé. Il a été couvert.

La présidente : Il a été couvert, mais pas en profondeur.

Revenons au marché des journaux de langue française. Envisageriez-vous de lancer un quotidien en français?

M. Mlodecki : Je n'ai pas d'objection à publier un quotidien en français, mais il n'y a pas de place pour un autre au Nouveau-Brunswick actuellement.

La présidente : Nous avons également entendu des témoignages au sujet du contenu commun des hebdomadaires. Je suis impressionnée par votre longue liste de bureaux, y compris des correspondants à Ottawa, pour le *Telegraph-Journal* et le *Times & Transcript*.

Pour une entreprise qui a un lectorat comme le vôtre, c'est mieux que certains grands journaux que je pourrais nommer. Mais ce sont des quotidiens.

Nous avons appris que vous avez plus de contenu commun dans les hebdomadaires que dans les quotidiens et, pendant une certaine période tout au moins, les éditoriaux étaient communs dans les hebdomadaires.

Pouvez-vous nous expliquer comment tout cela fonctionne?

M. Mlodecki : Je ne suis pas au courant d'éditoriaux communs dans les hebdomadaires. Je ne dis pas que ce n'est jamais arrivé, parce que je ne lis pas tous les numéros des hebdomadaires que nous publions. Si cela se faisait, je demanderais aux éditeurs de mettre fin immédiatement à cette pratique.

La présidente : Il me semble que quand on a un hebdomadaire local, on veut qu'il soit local, pas centralisé. Ont-ils d'autre contenu commun?

M. Mlodecki : Ils achètent de la Presse canadienne un contenu semblable appelé « la boîte à outils » et ils peuvent partager des articles souscrits, mais il n'arrive pas souvent qu'ils partagent des nouvelles.

The Chairman: Does head office send the directive on the number of correspondents that a newspaper may employ?

Mr. Mlodecki: No. In that respect, we are a decentralized organization and the publishers call the shots on their sites.

The Chairman: Does each weekly have its own publisher?

Mr. Mlodecki: Some publishers run two weeklies.

The Chairman: I know you are going to think, "God forbid," but if the Government of Canada were to bring back a policy discouraging cross-ownership of media what would you say?

Mr. Mlodecki: God forbid.

The Chairman: Well, you have made that perfectly clear. Nonetheless, if that were to happen, which would be more interesting to you, radio or print?

Mr. Mlodecki: I am more interested in the print business.

The Chairman: Within the print business which do you prefer, the dailies or the weeklies?

Mr. Mlodecki: That is a more difficult question to answer because many daily newspapers are capped in what they can do in their markets. Weeklies, from a revenue point of view, are more efficient in that respect.

To answer your question, I would stay in the daily model because I like to inform people and the daily model does that most efficiently.

The Chairman: You feel that way in spite of what you said earlier about 20 years from now and how all of it will be on the Web?

Mr. Mlodecki: I am not going to be in the business 20 years from now.

The Chairman: Me neither.

Do you charge for your Internet subscriptions?

Mr. Mlodecki: Yes, for the local content.

The Chairman: Is your Internet publication similar to others in that you can call up the site and get a bit of a teaser but if you want more, you have to pay for more?

Mr. Mlodecki: We provide a lot of news, features, and CP press feeds, and even the crosswords, but if you want the local news from Moncton or Saint John or Fredericton, then you have to be a subscriber.

The Chairman: You have to subscribe to the print edition to receive the Internet edition?

Mr. Mlodecki: Exactly.

The Chairman: You do not sell separate Internet subscriptions?

La présidente : Le siège social donne-t-il une directive sur le nombre de correspondants qu'un journal peut employer?

M. Mlodecki : Non. À cet égard, nous sommes une organisation décentralisée et les éditeurs décident ce qu'ils font chez eux.

La présidente : Les hebdomadaires ont-ils tous leur propre éditeur?

M. Mlodecki : Certains éditeurs publient deux hebdomadaires.

La présidente : Je sais que vous aller penser « Dieu nous en garde », mais si le gouvernement du Canada rétablissait une politique interdisant la propriété croisée des médias, que diriez-vous?

M. Mlodecki : Dieu nous en garde.

La présidente : C'est clair. Néanmoins, si cela devait arriver, qu'est-ce qui vous intéresserait le plus, la radio ou la presse écrite?

M. Mlodecki : La presse écrite m'intéresse davantage.

La présidente : Dans la presse écrite, préférez-vous les quotidiens ou les hebdomadaires?

M. Mlodecki : C'est une question plus difficile à répondre parce qu'un grand nombre de quotidiens ne peuvent pas faire ce qu'ils veulent sur leur marché. De ce point de vue, les hebdomadaires sont plus efficaces.

Pour répondre à votre question, je resterais dans le modèle des quotidiens parce que j'aime informer les gens et que le modèle des quotidiens le fait le plus efficacement.

La présidente : C'est ce que vous pensez, malgré ce que vous avez affirmé au sujet de la situation dans 20 ans et tout ce qui se trouvera sur Internet?

M. Mlodecki : Je ne serai plus dans ce milieu dans 20 ans.

La présidente : Moi non plus.

Faites-vous payer vos abonnements Internet?

M. Mlodecki : Oui, pour le contenu local.

La présidente : Votre publication sur Internet ressemble-t-elle à celles qui affichent une amorce, mais où il faut payer pour obtenir l'article en entier?

M. Mlodecki : Nous offrons un grand nombre de nouvelles, d'articles de fond et de nouvelles de la Presse canadienne, voire même les mots croisés, mais pour obtenir les nouvelles locales de Moncton ou Saint John ou Fredericton, il faut être abonné.

La présidente : Il faut s'abonner à l'édition sur papier pour recevoir l'édition sur Internet?

M. Mlodecki : Exactement.

La présidente : Vous ne vendez pas d'abonnements séparés sur Internet?

Mr. Mlodecki: No, we do not. If you are in Florida and you want to have access to the Internet edition we sell you the subscription to the newspaper, and you donate your newspaper copy to the newspaper in education program.

The Chairman: This is for ABC reasons, I assume?

Mr. Mlodecki: I hope that we are a little more altruistic than that. The idea of us giving newspapers for educational purposes has value to us. The newspapers that are listed on ABC as NIE copies are usually discounted in value by advertisers.

Senator Munson: What is your view of Canadian Press these days as a national news service? Is it instrumental to cohesive presentation of a picture across the country and is it important to your newspapers?

Mr. Mlodecki: Absolutely. It is doing a fine job. As a matter of fact, when I became the publisher of the Saint John newspapers, they were no longer members of Canadian Press and I brought them back into the Canadian Press.

Senator Munson: That is good to hear.

You mentioned to Senator Fraser that Canadians have been well served by the policy framework that is in place today and new regulation is not required.

I think you are just saying to us to keep our political noses out of your business and we will all do just fine in New Brunswick. Am I correct?

Mr. Mlodecki: I might have stated it a little more politely than that, but, yes.

Senator Munson: There. See, you are smiling. Thank you.

Senator Tkachuk: So are you, Jim.

The Chairman: Well, he makes us all smile all the time.

Senator Trenholme Counsell: I am from Sackville and I do not understand why you have not purchased the Sackville *Tribune Post*, not that I want you to or need you to, but I do not understand. You are probably not going to give me the answer.

Mr. Mlodecki: Oh, absolutely, I will. The *Sackville Tribune-Post* was owned by the Amherst Daily News and sold to Transcontinental, a couple of years ago. The Sackville newspaper has little interest to me because we already have a distribution system in that community.

Senator Trenholme Counsell: That is a terrible thing to say. I was just beginning to think you were okay and now you say that.

Mr. Mlodecki: I stand corrected.

The Chairman: You are already on the record. "What matters is the distribution system." You said it several times.

Senator Trenholme Counsell: Oh, it is such a special place.

Mr. Mlodecki: It is a wonderful community. I go there often.

Senator Trenholme Counsell: I will take you to Mel's for a cup of coffee.

M. Mlodecki : Non. Si vous êtes en Floride et que vous voulez avoir accès à l'édition Internet, nous vous vendons un abonnement au journal, et vous donnez votre exemplaire papier au programme de journal en classe.

La présidente : À cause d'ABC, je suppose?

M. Mlodecki : J'espère que nous sommes un peu plus altruistes que cela. L'idée de donner des journaux à des fins pédagogiques nous plaît bien. Les annonceurs accordent généralement peu de valeur aux journaux qu'ABC considère comme des copies pour le programme Le journal en classe.

Le sénateur Munson : Que pensez-vous de la Presse canadienne comme service de nouvelles national? Contribue-t-elle à une présentation cohérente d'une perspective nationale dans le pays et est-elle importante pour vos journaux?

M. Mlodecki : Absolument. Elle fait un bon travail. De fait, quand je suis devenu éditeur des journaux de Saint John, ces journaux n'étaient plus membres de la Presse canadienne et je les ai ramenés à la Presse canadienne.

Le sénateur Munson : Content de l'entendre.

Vous avez affirmé au sénateur Fraser que les Canadiens ont été bien servis par le cadre de politique en place actuellement et qu'une nouvelle réglementation n'est pas requise.

Je pense que vous nous dites simplement de ne pas mettre le nez dans vos affaires et que tout ira bien au Nouveau-Brunswick. Ai-je bien compris?

M. Mlodecki : J'ai peut-être été un peu plus poli, mais vous avez raison.

Le sénateur Munson : Voilà, vous souriez. Merci.

Le sénateur Tkachuk : Vous aussi, Jim.

La présidente : Il nous fait toujours sourire.

Le sénateur Trenholme Counsell : Je viens de Sackville et je ne comprends pas pourquoi vous n'avez pas acheté le *Tribune Post* de Sackville; pas que je veuille que vous le fassiez, mais je ne comprends pas. Vous ne me répondrez probablement pas.

M. Mlodecki : Au contraire. Le *Tribune-Post* appartenait au Amherst Daily News et il a été vendu à Transcontinental, il y a quelques années. Le journal de Sackville avait peu d'intérêt pour moi, parce que nous avions déjà un système de distribution dans cette ville.

Le sénateur Trenholme Counsell : C'est terrible à dire, mais je commençais à peine à penser que vous étiez un type bien, et vous me décevez à nouveau.

M. Mlodecki : Désolé.

La présidente : Vous avez déclaré que ce qui importe, c'est le système de distribution. Vous l'avez répété plusieurs fois.

Le sénateur Trenholme Counsell : C'est un endroit si spécial.

M. Mlodecki : C'est une ville fantastique. J'y vais souvent.

Le sénateur Trenholme Counsell : Je vous inviterai chez Mel's pour un café.

Mr. Mlodecki: That is a great place.

The Chairman: My last question comes back to our initial mandate, which is public policy. You do not want changes in the current CRTC Competition Act and foreign ownership rules are not relevant to you.

Are there any other elements of public policy that you would like to see changed or are there any elements of present public policy that you consider really important, that you consider pillars of the Canadian fabric with which we should not meddle?

Mr. Mlodecki: I think the framework and structure that we have today is working well, and I do not see a reason to change the system.

The Chairman: Mr. Mlodecki, we thank you very much for your time and your information. We look forward to receiving an explanation on the television issue and while you are at it, would you let us know approximately how many hits you get on your website?

Mr. Mlodecki: Yes, we get 5 million page views a month and over 1 million unique users a month.

The Chairman: Do those numbers pertain to the dailies?

Mr. Mlodecki: That is hits to our website. Where they go once they hit our website we do not know.

The Chairman: Does Jamie Irving report to you?

Mr. Mlodecki: Yes, he does.

The committee adjourned.

M. Mlodecki : C'est un endroit formidable.

La présidente : Ma dernière question revient sur notre mandat initial, soit la politique publique. Vous ne voulez pas de modifications de la législation sur la concurrence appliquée par le CRTC et les règles sur la propriété étrangère vous importent peu.

Y a-t-il d'autres éléments de la politique publique que vous aimeriez voir changés ou des éléments de la politique publique actuelle que vous considérez très importants, que vous considérez comme la trame du tissu canadien et que nous ne devrions pas toucher?

M. Mlodecki : Je pense que le cadre et la structure actuels fonctionnent bien, et je ne vois pas de raison de les changer.

La présidente : Monsieur Mlodecki, nous vous remercions beaucoup de nous avoir consacré du temps et de nous avoir renseignés. Nous attendons vos explications sur la question relative à la télévision et, puisque vous y êtes, pourriez-vous nous indiquer le nombre approximatif de visites que vous recevez sur votre site Internet?

M. Mlodecki : Oui, 5 millions de pages sont consultées tous les mois et il y a plus d'un million de visiteurs qui viennent une fois par mois.

La présidente : Ces chiffres portent sur les quotidiens?

M. Mlodecki : C'est le nombre de visites sur notre site. Ce qu'ils font après être arrivés sur notre site, nous ne le savons pas.

La présidente : Est-ce que Jamie Irving relève de vous?

M. Mlodecki : Oui.

La séance est levée.



If undelivered, return COVER ONLY to:
Public Works and Government Services Canada –
Publishing and Depository Services
Ottawa, Ontario K1A 0S5

En cas de non-livraison,
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada –
Les Éditions et Services de dépôt
Ottawa (Ontario) K1A 0S5

WITNESSES

Morning meeting:

As an individual:

Marie-Linda Lord, Professor, Information and Communications
Program, University of Moncton.

La Voix Acadienne:

Marcia Enman, General Director.

Afternoon meeting:

The Brunswick News:

Victor Mlodecki, Vice-President and General Manager.

TÉMOINS

Séance du matin :

À titre personnel :

Marie-Linda Lord, professeure, Programme en information
communication, Université de Moncton.

La Voix Acadienne :

Marcia Enman, directrice générale.

Séance de l'après-midi :

The Brunswick News :

Victor Mlodecki, vice-président et directeur général.





First Session
Thirty-eighth Parliament, 2004-05

SENATE OF CANADA

*Proceedings of the Standing
Senate Committee on*

Transport and Communications

Chair:

The Honourable JOAN FRASER

Tuesday, May 3, 2005 (in camera)
Wednesday, May 4, 2005 (in camera)
Tuesday, May 10, 2005
Wednesday, May 11, 2005
Tuesday, May 17, 2005 (in camera)
Tuesday, May 31, 2005 (in camera)
Wednesday, June 1, 2005 (in camera)

Issue No. 19

Fortieth, forty-first, forty-second, forty-third, forty-fourth,
forty-fifth and forty-sixth meetings on:

The current state of Canadian media industries

WITNESSES:
(See back cover)

Première session de la
trente-huitième législature, 2004-2005

SÉNAT DU CANADA

*Délibérations du Comité
sénatorial permanent des*

Transports et des communications

Présidente :

L'honorable JOAN FRASER

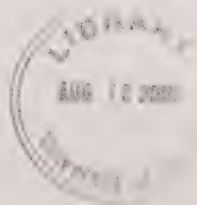
Le mardi 3 mai 2005 (à huis clos)
Le mercredi 4 mai 2005 (à huis clos)
Le mardi 10 mai 2005
Le mercredi 11 mai 2005
Le mardi 17 mai 2005 (à huis clos)
Le mardi 31 mai 2005 (à huis clos)
Le mercredi 1^{er} juin 2005 (à huis clos)

Fascicule n° 19

Quarantième, quarante et unième, quarante-deuxième,
quarante-troisième, quarante-quatrième, quarante-cinquième
et quarante-sixième réunions concernant :

L'état actuel des industries de médias canadiennes

TÉMOINS :
(Voir à l'endos)



THE STANDING SENATE COMMITTEE ON
TRANSPORT AND COMMUNICATIONS

The Honourable Joan Fraser, *Chair*

The Honourable David Tkachuk, *Deputy Chair*

and

The Honourable Senators:

* Austin, P.C.
(or Rompkey, P.C.)
Carney, P.C.
Chaput
Eyton
Johnson

* Kinsella
(or Stratton)
Merchant
Munson
Phalen
Trenholme Counsell

*Ex officio members

(Quorum 4)

Changes in membership of the committee:

Pursuant to rule 85(4), membership of the committee was amended as follows:

The name of the Honourable Senator Milne substituted for that of the Honourable Senator Trenholme Counsell (*May 10, 2005*).

The name of the Honourable Senator Trenholme Counsell substituted for that of the Honourable Senator Milne (*May 12, 2005*).

LE COMITÉ SÉNATORIAL PERMANENT DES
TRANSPORTS ET DES COMMUNICATIONS

Présidente : L'honorable Joan Fraser

Vice-président : L'honorable David Tkachuk

et

Les honorables sénateurs :

* Austin, C.P.
(ou Rompkey, C.P.)
Carney, C.P.
Chaput
Eyton
Johnson

* Kinsella
(ou Stratton)
Merchant
Munson
Phalen
Trenholme Counsell

*Membres d'office

(Quorum 4)

Modifications de la composition du comité :

Conformément à l'article 85(4) du Règlement, la liste des membres du comité est modifiée, ainsi qu'il suit :

Le nom de l'honorable sénateur Milne substitué à celui de l'honorable sénateur Trenholme Counsell (*le 10 mai 2005*).

Le nom de l'honorable sénateur Trenholme Counsell substitué à celui de l'honorable sénateur Milne (*le 12 mai 2005*).

MINUTES OF PROCEEDINGS

OTTAWA, Tuesday, May 3, 2005
(44)

[English]

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day, in camera, at 9:33 a.m., in room 9, Victoria Building, the Chair, the Honourable Joan Fraser, presiding.

Members of the committee present: The Honourable Senators Carney, P.C., Chaput, Eyton, Fraser, Johnson, Merchant, Munson, Phalen, Tkachuk, and Trenholme Counsell (10).

Other senator present: The Honourable Senator Biron (1).

In attendance: Terry Thomas and Joseph Jackson, Research Analysts, Parliamentary Research Branch, Library of Parliament; David M. Black, Special Advisor to the Committee; and Andrew Sullivan and Paul Adams, EKOS Research Associates.

Pursuant to the Order of Reference adopted by the Senate on Tuesday, October 19, 2004, the committee continued its examination of the current state of Canadian media industries. (*For complete text of Order of Reference, see proceedings of the committee, Issue No. 1, dated October 7, 2004.*)

Pursuant to rule 92(2)(e), the committee considered its agenda.

At 11:42 a.m., it was agreed that the committee adjourn to the call of the Chair.

ATTEST:

OTTAWA, Wednesday, May 4, 2005
(45)

[English]

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day, in camera, at 6:20 p.m., in room 356-S, Centre Block, the Chair, the Honourable Joan Fraser, presiding.

Members of the committee present: The Honourable Senators Chaput, Fraser, Merchant, Munson, and Trenholme Counsell (5).

In attendance: Terry Thomas and Joseph Jackson, Research Analysts, Parliamentary Research Branch, Library of Parliament; and David M. Black, Special Advisor to the Committee.

Pursuant to the Order of Reference adopted by the Senate on Tuesday, October 19, 2004, the committee continued its examination of the current state of Canadian media industries. (*For complete text of Order of Reference, see proceedings of the committee, Issue No. 1, dated October 7, 2004.*)

Pursuant to rule 92(2)(e), the committee considered its agenda.

PROCÈS-VERBAUX

OTTAWA, le mardi 3 mai 2005
(44)

[Traduction]

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui à huis clos, à 9 h 33, dans la salle 9 de l'édifice Victoria, sous la présidence de l'honorable Joan Fraser (*présidente*).

Membres du comité présents : Les honorables sénateurs Carney, C.P., Chaput, Eyton, Fraser, Johnson, Merchant, Munson, Phalen, Tkachuk et Trenholme Counsell (10).

Autre sénateur présent : L'honorable sénateur Biron (1).

Également présents : Terry Thomas et Joseph Jackson, attachés de recherche, Direction de la recherche parlementaire de la Bibliothèque du Parlement; David M. Black, conseiller spécial auprès du comité; Andrew Sullivan et Paul Adams, Des Associés de recherche Ekos inc.

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le mardi 19 octobre 2004, le comité poursuit son examen de l'état actuel des industries de médias canadiennes. (*Le texte complet de l'ordre de renvoi figure au fascicule n° 1 des délibérations du comité du 7 octobre 2004.*)

Conformément à l'alinéa 92(2)e) du Règlement, le comité examine son ordre du jour.

À 11 h 42, il est convenu que le comité suspende ses travaux jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

ATTESTÉ :

OTTAWA, le mercredi 4 mai 2005
(45)

[Traduction]

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui à huis clos, à 18 h 20, dans la salle 356-S de l'édifice du Centre, sous la présidence de l'honorable Joan Fraser (*présidente*).

Membres du comité présents : Les honorables sénateurs Chaput, Fraser, Merchant, Munson et Trenholme Counsell (5).

Également présents : Terry Thomas et Joseph Jackson, attachés de recherche, Direction de la recherche parlementaire de la Bibliothèque du Parlement; et David M. Black, conseiller spécial auprès du comité.

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le mardi 19 octobre 2004, le comité poursuit son examen de l'état actuel des industries de médias canadiennes. (*Le texte complet de l'ordre de renvoi figure au fascicule n° 1 des délibérations du comité du 7 octobre 2004.*)

Conformément à l'alinéa 92(2)e) du Règlement, le comité examine son ordre du jour.

At 8:16 p.m., it was agreed that the committee adjourn to the call of the Chair.

ATTEST:

OTTAWA, Tuesday, May 10, 2005
(46)

[English]

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day at 9:37 a.m., in room 9, Victoria Building, the Chair, the Honourable Joan Fraser, presiding.

Members of the committee present: The Honourable Senators Chaput, Fraser, Johnson, Phalen, and Tkachuk (5).

In attendance: Terry Thomas, Research Analyst, Parliamentary Research Branch, Library of Parliament; and David M. Black, Special Advisor to the Committee.

Also in attendance: The official reporters of the Senate.

Pursuant to the Order of Reference adopted by the Senate on Tuesday, October 19, 2004, the committee continued its examination of the current state of Canadian media industries. (*For complete text of Order of Reference, see proceedings of the committee, Issue No. 1, dated October 7, 2004.*)

WITNESS:

As an individual (by video conference):

Damian Tambini, Head, Programme in Comparative Media Law and Policy, Centre for Socio-Legal Studies, University of Oxford.

Mr. Tambini made a statement and answered questions.

At 11:02 a.m., it was agreed that the committee adjourn to the call of the Chair.

ATTEST:

OTTAWA, Wednesday, May 11, 2005
(47)

[English]

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day at 6:26 p.m., in room 9, Victoria Building, the Chair, the Honourable Joan Fraser, presiding.

Members of the committee present: The Honourable Senators Chaput, Fraser, Johnson, Milne, and Tkachuk (5).

Other senator present: The Honourable Senator Nancy Ruth (1).

À 20 h 16, il est convenu que le comité suspende ses travaux jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

ATTESTÉ :

OTTAWA, le mardi 10 mai 2005
(46)

[Traduction]

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui, à 9 h 37, dans la salle 9 de l'édifice Victoria, sous la présidence de l'honorable Joan Fraser (*présidente*).

Membres du comité présents : Les honorables sénateurs Chaput, Fraser, Johnson, Phalen et Tkachuk (5).

Également présents : Terry Thomas, attaché de recherche, Direction de la recherche parlementaire de la Bibliothèque du Parlement; et David M. Black, conseiller spécial auprès du comité.

Aussi présents : Les sténographes officiels du Sénat.

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le mardi 19 octobre 2004, le comité poursuit son examen de l'état actuel des industries de médias canadiennes. (*Le texte complet de l'ordre de renvoi figure au fascicule n° 1 des délibérations du comité du 7 octobre 2004.*)

TÉMOIN :

À titre personnel (par vidéoconférence) :

Damian Tambini, directeur, Programme in Comparative Media Law and Policy, Centre for Socio-Legal Studies, Université d'Oxford.

M. Tambini fait une déclaration puis répond aux questions.

À 11 h 2, il est convenu que le comité suspende ses travaux jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

ATTESTÉ :

OTTAWA, le mercredi 11 mai 2005
(47)

[Traduction]

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui, à 18 h 26, dans la salle 9 de l'édifice Victoria, sous la présidence de l'honorable Joan Fraser (*présidente*).

Membres du comité présents : Les honorables sénateurs Chaput, Fraser, Johnson, Milne et Tkachuk (5).

Autre sénateur présent : L'honorable sénateur Nancy Ruth (1).

In attendance: Terry Thomas, Research Analyst, Parliamentary Research Branch, Library of Parliament; and David M. Black, Special Advisor to the Committee.

Also in attendance: The official reporters of the Senate.

Pursuant to the Order of Reference adopted by the Senate on Tuesday, October 19, 2004, the committee continued its examination of the current state of Canadian media industries. (For complete text of Order of Reference, see proceedings of the committee, Issue No. 1, dated October 7, 2004.)

WITNESS:

The Globe and Mail:

Edward Greenspon, Editor-in-Chief;
Sylvia Stead, Deputy Editor;
Patrick Martin, Comment Editor.

Mr. Greenspon made a statement and, with Ms. Stead and Mr. Martin, answered questions.

At 8:34 p.m., it was agreed that the committee adjourn to the call of the Chair.

ATTEST:

OTTAWA, Tuesday, May 17, 2005
(48)

[English]

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day, in camera, at 9:37 a.m., in room 9, Victoria Building, the Chair, the Honourable Joan Fraser, presiding.

Members of the committee present: The Honourable Senators Chaput, Eyton, Fraser, Munson, Phalen, Tkachuk, and Trenholme Counsell (7).

In attendance: Terry Thomas, Research Analyst, Parliamentary Research Branch, Library of Parliament; and David M. Black, Special Advisor to the Committee.

Pursuant to the Order of Reference adopted by the Senate on Tuesday, October 19, 2004, the committee continued its examination of the current state of Canadian media industries. (For complete text of Order of Reference, see proceedings of the committee, Issue No. 1, dated October 7, 2004.)

Pursuant to rule 92(2)(e), the committee considered its agenda.

At 11:21 a.m., it was agreed that the committee adjourn to the call of the Chair.

ATTEST:

Également présents : Terry Thomas, attaché de recherche, Direction de la recherche parlementaire de la Bibliothèque du Parlement; et David M. Black, conseiller spécial auprès du comité.

Aussi présents : Les sténographes officiels du Sénat.

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le mardi 19 octobre 2004, le comité poursuit son examen de l'état actuel des industries de médias canadiennes. (Le texte complet de l'ordre de renvoi figure au fascicule n° 1 des délibérations du comité du 7 octobre 2004.)

TÉMOINS :

The Globe and Mail :

Edward Greenspon, rédacteur en chef;
Sylvia Stead, éditrice déléguée;
Patrick Martin, éditeur responsable des commentaires.

M. Greenspon fait une déclaration puis, aidé de Mme Stead et de M. Martin, répond aux questions.

À 20 h 34, il est convenu que le comité suspende ses travaux jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

ATTESTÉ :

OTTAWA, le mardi 17 mai 2005
(48)

[Traduction]

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui à huis clos, à 9 h 37, dans la salle 9 de l'édifice Victoria, sous la présidence de l'honorable Joan Fraser (*présidente*).

Membres du comité présents : Les honorables sénateurs Chaput, Eyton, Fraser, Munson, Phalen, Tkachuk et Trenholme Counsell (7).

Également présents : Terry Thomas, attaché de recherche, Direction de la recherche parlementaire de la Bibliothèque du Parlement; et David M. Black, conseiller spécial auprès du comité.

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le mardi 19 octobre 2004, le comité poursuit son examen de l'état actuel des industries de médias canadiennes. (Le texte complet de l'ordre de renvoi figure au fascicule n° 1 des délibérations du comité du 7 octobre 2004.)

Conformément à l'alinéa 92(2)e) du Règlement, le comité examine son ordre du jour.

À 11 h 21, il est convenu que le comité suspende ses travaux jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

ATTESTÉ :

OTTAWA, Tuesday, May 31, 2005
(49)

[English]

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day, in camera, at 9:38 a.m., in room 9, Victoria Building, the Chair, the Honourable Joan Fraser, presiding.

Members of the committee present: The Honourable Senators Chaput, Eyton, Fraser, Merchant, Munson, Phalen, Tkachuk, and Trenholme Counsell (8).

In attendance: Terry Thomas and Joseph Jackson, Research Analysts, Parliamentary Research Branch, Library of Parliament; and David M. Black, Special Advisor to the Committee.

Pursuant to the Order of Reference adopted by the Senate on Tuesday, October 19, 2004, the committee continued its examination of the current state of Canadian media industries. (*For complete text of Order of Reference, see proceedings of the committee, Issue No. 1, dated October 7, 2004.*)

Pursuant to rule 92(2)(e), the committee considered its agenda.

At 11:21 a.m., it was agreed that the committee adjourn to the call of the Chair.

ATTEST:

OTTAWA, Wednesday, June 1, 2005
(50)

[English]

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day, in camera, at 6:15 p.m., in room 256-S, Centre Block, the Chair, the Honourable Joan Fraser, presiding.

Members of the committee present: The Honourable Senators Chaput, Fraser, Merchant, Munson, Phalen, and Tkachuk (6).

In attendance: Terry Thomas, Research Analyst, Parliamentary Research Branch, Library of Parliament; and David M. Black, Special Advisor to the Committee.

Pursuant to the Order of Reference adopted by the Senate on Tuesday, October 19, 2004, the committee continued its examination of the current state of Canadian media industries. (*For complete text of Order of Reference, see proceedings of the committee, Issue No. 1, dated October 7, 2004.*)

Pursuant to rule 92(2)(e), the committee considered its agenda.

OTTAWA, le mardi 31 mai 2005
(49)

[Traduction]

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui à huis clos, à 9 h 38, dans la salle 9 de l'édifice Victoria, sous la présidence de l'honorable Joan Fraser (*présidente*).

Membres du comité présents : Les honorables sénateurs Chaput, Eyton, Fraser, Merchant, Munson, Phalen, Tkachuk et Trenholme Counsell (8).

Également présents : Terry Thomas et Joseph Jackson, attachés de recherche, Direction de la recherche parlementaire de la Bibliothèque du Parlement; et David M. Black, conseiller spécial auprès du comité.

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le mardi 19 octobre 2004, le comité poursuit son examen de l'état actuel des industries de médias canadiennes. (*Le texte complet de l'ordre de renvoi figure au fascicule n° 1 des délibérations du comité du 7 octobre 2004.*)

Conformément à l'alinéa 92(2)e) du Règlement, le comité examine son ordre du jour.

À 11 h 21, il est convenu que le comité suspende ses travaux jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

ATTESTÉ :

OTTAWA, le mercredi 1^{er} juin 2005
(50)

[Traduction]

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui à huis clos, à 18 h 15, dans la salle 256-S de l'édifice du Centre, sous la présidence de l'honorable Joan Fraser (*présidente*).

Membres du comité présents : Les honorables sénateurs Chaput, Fraser, Merchant, Munson, Phalen et Tkachuk (6).

Également présents : Terry Thomas, attaché de recherche, Direction de la recherche parlementaire de la Bibliothèque du Parlement; et David M. Black, conseiller spécial auprès du comité.

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le mardi 19 octobre 2004, le comité poursuit son examen de l'état actuel des industries de médias canadiennes. (*Le texte complet de l'ordre de renvoi figure au fascicule n° 1 des délibérations du comité du 7 octobre 2004.*)

Conformément à l'alinéa 92(2)e) du Règlement, le comité examine son ordre du jour.

At 8:27 p.m., it was agreed that the committee adjourn to the call of the Chair.

ATTEST:

À 20 h 27, il est convenu que le comité suspende ses travaux jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

ATTESTÉ :

Le greffier du comité,

Till Heyde

Clerk of the Committee

EVIDENCE

OTTAWA, Tuesday, May 10, 2005

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day at 9:37 a.m. to examine the current role of Canadian media industries; emerging trends and developments in these industries; the media's role, rights and responsibilities in Canadian society; and current and appropriate future policies relating thereto.

Senator Joan Fraser (*Chairman*) in the chair.

[English]

The Chairman: Honourable senators, we continue our hearing today on the state of Canadian news media, on the appropriate role of public policy in helping to ensure that they remain healthy, independent and diverse, in light of tremendous changes that have occurred in recent years, notably, globalization, technological change and convergence.

[Translation]

We all fully recognize that we cannot examine the situation in Canada without being aware of what happens in other countries. We are very pleased to welcome this morning Dr. Damian Tambini, by way of video-conference.

[English]

Dr. Tambini is head of the Comparative Media Law and Policy program at the Centre for Socio-Legal Studies at the University of Oxford, and he is in Oxford now. It is mid-afternoon in Oxford. Good afternoon, Dr. Tambini.

He was appointed as head of the program in 2002 and he is co-author of a number of works dealing with telecommunications policy and democratic communications. He will be able to explain to us, among other things, how the British system of public policy works in these areas. We are extremely grateful to him for agreeing to join us this morning.

Dr. Tambini, we look forward to an introductory statement from you of perhaps 10 minutes or so. We will then ask you some questions, if we may. The floor is yours.

Mr. Damian Tambini, Head, Programme in Comparative Media Law and Policy, Centre for Socio-Legal Studies, University of Oxford, as an individual: Thank you very much. It is a great pleasure to be addressing you here today, and I am very grateful for the invitation to do so.

Just to add to your introduction about me, my research unit does comparative work. We are very interested in the kinds of questions you are posing today, such as, how different countries around the world are responding to convergence, and I have to declare an interest here. I have been working with some Canadian

TÉMOIGNAGES

OTTAWA, Le mardi 10 mai 2005

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui à 9 h 37 pour examiner l'état actuel des industries de médias canadiennes, les tendances et développements émergents au sein de ces industries; le rôle, les droits et les obligations des médias dans la société canadienne; et les politiques actuelles et futures appropriées par rapport à ces industries.

Le sénateur Joan Fraser (*présidente*) occupe le fauteuil.

[Traduction]

La présidente : Honorables sénateurs, nous poursuivons aujourd'hui les audiences sur l'état des médias d'information canadiens, sur le rôle approprié de la politique gouvernementale afin de veiller à ce qu'ils restent viables, indépendants et variés, compte tenu des changements considérables survenus au cours des dernières années et en particulier de la mondialisation, de l'évolution technologique et de la convergence.

[Français]

Nous sommes tous très conscients que nous ne pouvons pas étudier la situation canadienne sans être au courant de ce qui se passe dans les autres pays. Nous avons donc le très grand plaisir d'accueillir ce matin par le moyen d'une vidéoconférence le docteur Damian Tambini.

[Traduction]

M. Tambini est directeur du Comparative media Law and Policy Programme au Centre for Socio-Legal Studies de l'Université d'Oxford, et il est à Oxford en ce moment. C'est le milieu de l'après-midi à Oxford. Bonjour, monsieur Tambini.

M. Tambini a été nommé directeur du programme en 2002 et il est le coauteur de plusieurs études portant sur les politiques de télécommunications et les communications démocratiques. Il sera en mesure de nous expliquer entre autres choses le fonctionnement du système britannique de politique gouvernementale dans ces domaines. Nous lui sommes extrêmement reconnaissants d'avoir accepté de se joindre à nous ce matin.

Monsieur Tambini, nous attendons impatiemment vos commentaires liminaires. Vous disposez d'environ dix minutes. Nous vous poserons ensuite quelques questions, si vous nous le permettez. Vous avez la parole.

M. Damian Tambini, directeur, Programme in Comparative Media Law and Policy, Centre for Socio-Legal Studies, University of Oxford, à titre personnel : Merci beaucoup. C'est un grand plaisir pour moi d'avoir l'occasion de faire un exposé et je vous remercie de m'y avoir invité.

J'ajouterais à votre présentation que mon service de recherche fait des travaux comparatifs. Nous nous intéressons beaucoup au type de questions que vous posez aujourd'hui, notamment comment les divers pays à travers le monde réagissent à la convergence. Je dois dire que c'est un sujet qui m'intéresse

colleagues, notably Professor Mark Raboy at McGill University, who is trying to develop an international consortium to develop research responding to these kinds of questions. It is a pleasure to be doing this with you this morning.

I will speak about four things — broadcasting regulation, particularly the Communications Act and the setting up of Ofcom; the BBC charter that is currently being discussed; the Press Complaints Commission, PCC, and self-regulation of the press; and I will make some comments about new media and Internet self-regulation.

It is worth at the outset just noting where we are in the U.K. in terms of the policy cycle. In terms of broadcasting, in 2003 we put in force the Communications Act, which replaces, in some respects, the Broadcasting Act of 1996 as well as implements four major directives of the European Commission on electronic communications that were published in 2002. About half of that legislation is simply implementing the European framework.

We are in the middle of a debate about the BBC charter. The government has published a green paper outlining its proposals for BBC governance and regulation. In relation to the Press Complaints Commission, the usual dance of standoff between public figures including politicians and the press continues.

The Department for Culture, Media and Sport issued a critical report, particularly on privacy, last year, and there have been some critical judgments and judicial reviews of the Press Complaints Commission's decisions over the last couple of years, particularly in relation to privacy, dealing with implications of the Human Rights Act, which incorporates European human rights legislation into U.K. law.

Finally, in relation to new media and the Internet, a European Commission-led framework for self-regulation is still really the main focus of public policy debate in relation to the Internet, but there are some question marks that I will mention later, particularly in relation to things like television over the Internet.

I will start with an outline of the framework for broadcasting regulation — and I am talking about commercial broadcasters. Under the Communications Act, they are licensed by Ofcom. Ofcom, as is usually the case, attaches conditions to those licences, including what kinds of programs are delivered at what time. For example, there are still obligations on broadcasters to deliver high-quality news in peak time, and licences include

particulièrement. J'ai travaillé avec des collègues canadiens, notamment avec le professeur Mark Raboy de l'Université McGill qui tente de mettre en place un consortium international qui serait chargé de développer de la recherche dans le but de répondre à ce type de questions. C'est un plaisir pour moi de participer aujourd'hui à vos travaux.

Mon exposé portera sur quatre sujets — la réglementation en matière de radiodiffusion, et plus particulièrement la Communications Act et la mise en place de l'Ofcom; la charte de la BBC qui fait actuellement l'objet de discussions; la Press Complaints Commission (PCC) et l'autoréglementation de la presse; je ferai enfin des commentaires sur les médias d'information et sur l'autoréglementation d'Internet.

Il est bon de mentionner d'emblée quelle étape du cycle des politiques nous avons atteint au Royaume-Uni. En ce qui concerne la radiodiffusion, nous avons mis en place en 2003 la Communications Act qui remplace dans certains domaines la Broadcasting Act de 1996 et met en œuvre quatre directives importantes sur les communications électroniques de la Commission européenne, publiées en 2002. Environ la moitié des dispositions de cette loi concernent la mise en œuvre du cadre européen.

Nous sommes en plein débat sur la charte de la BBC. Le gouvernement a publié un livre vert dans lequel il expose ses propositions en ce qui concerne la régie et la réglementation de la BBC. En ce qui concerne la Press Complaints Commission, l'opposition habituelle entre les personnalités, notamment entre les politiciens et les journalistes, persiste.

Le Department for Culture, Media and Sport a publié l'année dernière un rapport contenant des critiques, surtout en ce qui concerne la protection des renseignements personnels et au cours des deux dernières années, on a fait des jugements critiques et des examens judiciaires sur les décisions de la Press Complaints Commission, surtout en ce qui concerne la protection des renseignements personnels, dans le contexte des incidences de la Human Rights Act, qui intègre au droit britannique la législation européenne sur les droits de l'homme.

Enfin, en ce qui concerne les médias d'information et Internet, un cadre d'autoréglementation élaboré sous la direction de la Commission européenne est le principal sujet du débat portant sur l'établissement d'une politique officielle concernant Internet mais certaines questions, que je mentionnerai plus tard, se posent, surtout en ce qui concerne des domaines comme la télévision sur Internet.

Je donnerai d'abord un aperçu du cadre pour la réglementation de la radiodiffusion — et il s'agit des radiodiffuseurs commerciaux. Aux termes des dispositions de la Communications Act, les radiodiffuseurs doivent s'adresser à l'Ofcom pour obtenir leur licence. L'Ofcom, selon la pratique courante, assujettit l'octroi de ces licences à certaines conditions, notamment en ce qui concerne l'heure à laquelle certains types

obligations to conform to Ofcom program codes, including issues to do with harm, offence, taste and decency, accuracy and impartiality.

These remain largely unchanged from the older codes, which were applied by the regulators before the Communications Act in 2003 merged existing communications regulators. There is a process of review going on so that program codes, those codes that specify standards for broadcasting services, will be debated and discussed further.

The broadcasting regime as a whole can be understood as a series of tiers. Those broadcasters such as the BBC and Channel 4, which receive direct and indirect subsidy, have the highest level of content obligations. On the other hand, what we call tier 3 broadcasters, those that receive no subsidy and are only available on cable and satellite, have much lower restrictions. However, all broadcasters do have obligations to observe the Ofcom code on due impartiality in matters of political and industrial controversy.

The extent to which these codes are uniformly applied and can be applied was recently tested when there was a complaint made by a viewer about FOX News, which is available on satellite platforms. That complaint was not upheld and there has been a debate about whether it is possible to apply uniform standards of impartiality to all broadcasters across all platforms, including those that are only available to a minority of viewers. That is the tier system for content standards in broadcasting.

The European Parliament directive, *Television without Frontiers*, also makes some baseline obligations for satellite broadcasters, some of which are uplinked from outside the U.K., for example, in France, so there is a slightly different regime there. There is a general trend in the new legislation to move away from a command and control structure in regard to content, apart from this issue of impartiality, and towards a more negotiated regime in relation to the broadcaster, so that the broadcasters, rather than having everything specified in their licence, give statements of program policy within the context of a general public service broadcasting remit. I can say more about that in the questions if you want. However, there is a general shift away from specifying in intricate detail everything in the licences.

I will deal with the ownership issues, which I know you are interested in, later on.

d'émissions sont diffusées. Par exemple, les radiodiffuseurs ont toujours l'obligation de diffuser des nouvelles de haute qualité pendant les heures de grande écoute et les licences imposent des obligations de se conformer aux codes de programmes de l'Ofcom, notamment en ce qui concerne les dommages, les outrages, les atteintes au bon goût et à la décence, l'exactitude et l'impartialité.

Ces codes n'ont pratiquement pas changé par rapport aux anciens codes qui étaient appliqués par les responsables de la réglementation avant que la Communications Act de 2003 ne fusionne les organismes de réglementation en matière de communications. Un processus d'examen est en cours et, par conséquent, ces codes de programmes, qui établissent les normes en matière de services de radiodiffusion, feront l'objet de débats et de discussions plus approfondis.

On peut considérer le régime de radiodiffusion comme une série de catégories. Les radiodiffuseurs comme la BBC et Channel 4, qui reçoivent des subventions directes et indirectes, ont le plus haut niveau de contraintes en matière de contenu. Par contre, ce que nous appelons les radiodiffuseurs de catégorie 3, ceux qui ne reçoivent pas de subventions et ne sont accessibles que par câble ou par satellite, sont assujettis à beaucoup moins de restrictions. Cependant, tous les radiodiffuseurs ont l'obligation de respecter le code de l'Ofcom sur l'impartialité qui est de mise dans les questions de controverse politique et industrielle.

Le degré d'uniformité de ces codes et l'efficacité de leur mise en application ont été mis à l'épreuve récemment lorsqu'un téléspectateur a déposé une plainte au sujet de FOX News, accessible par satellite. Le bien-fondé de cette plainte n'a pas été confirmé et l'on a tenu des discussions dans le but de déterminer s'il était possible de mettre en œuvre des normes uniformes en matière d'impartialité pour tous les radiodiffuseurs, y compris ceux qui ne sont accessibles qu'à un faible pourcentage de téléspectateurs. C'est le système de catégories en ce qui concerne les normes sur le contenu en matière de radiodiffusion.

La directive du Parlement européen intitulée *Télévision sans Frontières* impose également quelques obligations de base aux radiodiffuseurs par satellite dont certains opèrent de l'extérieur du Royaume-Uni, par exemple de la France, où le régime est légèrement différent. La tendance générale dans la nouvelle législation est de remplacer une structure de commandement et de contrôle en ce qui concerne le contenu, à l'exception de la question de l'impartialité, par un régime d'avantage négocié avec le radiodiffuseur, pour que les radiodiffuseurs donnent des énoncés de leur politique en matière de programmes dans le contexte d'une structure de radiodiffusion publique générale plutôt que de tout spécifier dans leur licence. Je pourrai donner de plus amples informations à ce sujet pendant la période des questions, si vous le désirez. Cependant, on constate une tendance générale à ne plus spécifier tout dans le menu détail dans les licences.

J'examinerai plus tard les questions liées à la propriété, qui vous intéressent.

On the BBC, you will be aware that the charter of the BBC, which is the main regulatory instrument for the BBC, will be renewed next year and is currently being reviewed by the government in a context of some controversy given the Hutton Inquiry and the widespread criticism of the existing structure of regulation of the BBC. The basic criticism of BBC governance has been that the governors, which have existed unchanged since 1929 in their structure, basically combine managerial and regulatory responsibilities. This has been seen as inappropriate. A committee was established by the Department for Culture, Media and Sport to examine this issue, and its recommendation of external regulation for the BBC was not supported by the government. They have gone for the option of an external self-regulatory body for the BBC, so moving the BBC governors outside of the building, outside of Broadcasting House, giving them more powers and more resources, as well as separating out their internal managerial responsibilities from their regulatory responsibilities.

I will turn to press now. Here, there is an almost entirely self-regulatory regime. The Press Complaints Commission, since its last major review, the Calcutt review of 1992-93, has been basically tightening up its code. There have been standoffs with the government and with public figures, but the basic model of an entirely industry financed-and-operated regulator that has a slight majority of lay members on the board has been changing in an evolutionary manner rather than radically over the last 10 years.

The standard defence of self-regulation is the one that the PCC uses to describe itself — that is, that self-regulation is advantageous because it is flexible, it is legitimate with the editors and the owners of the press, and it is quick and free. Those three qualities of self-regulation, however, can be turned on their head because the PCC is increasingly criticized for being too flexible and not demanding standards of compliance with press interests. It is criticized because it does not have enough public legitimacy, and there are question marks about standards, sometimes of due process, within the Press Complaints Commission. An example would be the lack of transparency about when the Press Complaints Commission initiates complaints rather than responds to them. Hence, a self-regulatory framework for the press that has, as I mentioned, been somewhat criticized in recent years.

I will now speak a little about ownership. The regime was changed after a quite intense public debate during the Communications Act debates — however, nowhere near as intense as the debate in the U.S. during the same period dealing with changes in the FCC regulations for cable. The new regime stops short of simply leaving ownership questions to competition law. The current framework, which I can take you through in

En ce qui concerne la BBC, vous savez probablement que la charte de la BBC, qui est le principal instrument réglementaire, sera renouvelée l'année prochaine et est actuellement examinée par le gouvernement dans le contexte de certaines controverses, étant donné la Hutton Inquiry et les nombreuses critiques concernant la structure actuelle de réglementation de la BBC. La critique fondamentale en ce qui concerne la gouvernance de la BBC est liée au fait que les gouverneurs, dont la structure de régie n'a pas changé depuis 1929, cumulent essentiellement des responsabilités en matière de gestion et en matière de réglementation. On considère que c'est inapproprié. Un comité a été instauré par le Department for Culture, Media and Sport dans le but d'examiner cette question; sa recommandation concernant une réglementation externe en ce qui concerne la BBC n'a toutefois pas été appuyée par le gouvernement qui a opté pour un organisme d'autorégulation externe pour la BBC, qui a entraîné le déménagement des gouverneurs de la BBC en dehors de l'édifice actuel, c'est-à-dire de Broadcasting House, et leur a accordé davantage de pouvoirs et de ressources, tout en séparant leurs responsabilités de gestion interne de leurs responsabilités réglementaires.

J'aborde maintenant le sujet de la presse. Dans son cas, il s'agit d'un régime d'autorégulation presque total. Depuis son dernier examen, l'examen Calcutt de 1992-1993, la Press Complaints Commission a essentiellement rendu son code plus strict. Il y a eu des confrontations avec le gouvernement et avec certaines personnalités, mais le modèle fondamental d'un organisme de réglementation entièrement financé et administré par l'industrie, dont le conseil d'administration est composé d'une très faible majorité de non-experts, a lentement évolué plutôt que changé radicalement au cours des dix dernières années.

La PCC emploie l'argument type de l'autorégulation pour se décrire, à savoir que l'autorégulation est avantageuse parce qu'elle est souple, parce que les rédacteurs en chef et les propriétaires de la presse reconnaissent sa légitimité et parce qu'elle est rapide et gratuite. Ces trois qualités de l'autorégulation peuvent toutefois devenir des défauts parce qu'on reproche de plus en plus à la PCC d'être trop souple et de ne pas exiger des normes de conformité de la part des représentants de la presse. On la critique parce que la population ne lui accorde pas une légitimité suffisante et que certaines questions restent sans réponse en ce qui concerne les normes, et parfois la procédure établie au sein de la Press Complaints Commission. Un exemple serait l'absence de transparence au sujet des occasions où c'est la Commission elle-même qui doit prendre les devants au lieu de réagir aux plaintes. Elle représente par conséquent un cadre d'autorégulation pour la presse qui, comme je l'ai mentionné, est la cible de critiques depuis quelques années.

Je voudrais maintenant faire quelques commentaires sur la question de la propriété. Le régime a été modifié à la suite d'un débat public très animé qui s'est déroulé dans le cadre des débats sur la Communications Act — débat qui n'était toutefois pas aussi animé que celui qui s'est déroulé au cours de la même période aux États-Unis au sujet des changements apportés à la réglementation de la FCC en matière de télédistribution par câble.

detail if you want, combines the Office of Fair Trading with the communications regulator, Ofcom. If the Secretary of State for Culture, Media and Sports issues an intervention notice, then Ofcom has an obligation to report to the Secretary of State and the Office of Fair Trade, the competition regulator, and then there are some detailed procedures to apply called a public interest test.

The public interest test is a specific test designed to apply to media merges that takes into account the need for accurate presentation of news, the need for free expression of opinion and the need for plurality of views. This is a new test. It has not been applied yet. There has been no intervention notice issued by the Secretary of State.

Just briefly, because I should like to respond to questions rather than continue too long with this monologue, the big picture in which these issues are being debated in the U.K. obviously takes into consideration the emergence of new media and intellect content, as well as the emergence of regional markets, reflecting the increasing weight of European regulation in this sector.

Currently, in very brief summary, regulation has changed quite dramatically in the form of the setting up of the new communications regulator, Ofcom, as a converged regulator for telecommunications, broadcasting and other electronic media, but we remain with quite detailed sector-specific standards. The broadcasting regime is very different from the press regime.

In terms of the Internet, there is a self-regulatory framework that applies very different standards, as you would expect, to Internet content for harmful and illegal content. In particular, for illegal content, the European Electronic Commerce Directive sets out a procedure for what they call notice and take down — which is when Internet service providers receive notice that something is illegal, and it might be illegal because it is a copyright infringement, because it is child pornography, or perhaps because it is defamatory. As soon as the service provider has notice that that content is illegal, there is an obligation to take it down. I can speak more about that procedure if you are interested. It has arguably had very little impact in terms of news on the Internet.

There is, finally, a very broad and profound debate going on right now in the U.K. about news. Part of this has to do with the emergence of what you might call the Blogosphere, and the sense that existing media players need to respond to questions about journalistic standards in new media as they become more influential.

Le nouveau régime ne fait toutefois pas relever les questions de propriété de la loi sur la concurrence. Le cadre actuel, sur lequel je pourrais vous donner des informations plus précises si vous le désirez, fait intervenir simultanément l'Office of Fair Trading et l'Agence de réglementation en matière de communications, l'Ofcom. Si le secrétaire d'État à la Culture, aux Médias et aux Sports publie un avis d'intervention, l'Ofcom a l'obligation de présenter un rapport au secrétaire d'État et à l'Office of Fair Trading, l'organisme de réglementation en matière de concurrence, puis il faut suivre certaines procédures très précises appelées examen de l'intérêt public.

L'examen fondé sur les critères de l'intérêt public est un examen précis applicable aux fusions de médias, qui tient compte de la nécessité de présenter les nouvelles sous un jour exact, d'assurer la libre expression de l'opinion et la diversité des opinions. C'est un nouveau test. Il n'a pas encore été appliqué. Le secrétaire d'État n'a pas encore publié d'avis d'intervention.

En bref, parce que j'aimerais répondre à des questions plutôt que de poursuivre trop longtemps ce monologue, je signale que la perspective générale dans laquelle ces questions sont débattues au Royaume-Uni tient compte de l'émergence de nouveaux médias et du contenu intellectuel et de l'émergence de marchés régionaux, ce qui explique l'importance croissante de la réglementation européenne dans ce secteur.

Je signale très brièvement que la réglementation a considérablement évolué à la suite de la mise en place du nouvel organisme de réglementation en matière de communications, l'Ofcom, en tant qu'organisme de convergence en matière de télécommunications, de radiodiffusion et d'autres médias électroniques; nous maintenons toutefois des normes sectorielles très précises. Le régime de radiodiffusion est très différent du régime de la presse.

En ce qui concerne Internet, on a mis en place un cadre d'autoréglementation qui applique des normes très différentes, comme vous pourriez vous y attendre, en ce qui concerne le contenu dommageable et illégal d'Internet. En ce qui concerne plus particulièrement le contenu illégal, la directive européenne sur le commerce électronique établit une procédure dite de notification et de suppression — c'est-à-dire que les fournisseurs de services Internet reçoivent une notification les avisant qu'un contenu est illégal ou pourrait être illégal parce qu'il s'agit d'une violation du droit d'auteur, de pornographie infantile, voire parce que c'est diffamatoire. Dès que le fournisseur de services a reçu l'avis signalant que le contenu est illégal, il est obligé de le supprimer. Je pourrais donner de plus amples informations sur cette procédure si cela vous intéresse. Elle n'a eu qu'une très faible incidence en ce qui concerne les nouvelles sur Internet.

Enfin, un débat très large et approfondi est en cours actuellement au Royaume-Uni au sujet des nouvelles. Ce débat est lié en partie à l'émergence de ce que l'on pourrait appeler la Blogosphere et à la perception que les acteurs actuels du secteur des médias doivent répondre à des questions sur les normes journalistiques dans les médias d'information, à cause de leur influence croissante.

It has been a bigger debate about the Hutton inquiry and the role of the BBC story and the events leading to the death of Dr. Kelly last year.

Finally, there is a book I would commend to you published last year by *Financial Times* journalist John Lloyd, entitled *What the Media are Doing to Our Politics*. This book has received responses from the upper echelons of the BBC and many public figures and really, in my view, puts on the agenda some of the very broad challenges that I think news faces in the U.K.

The Chairman: You certainly have covered an enormous amount of ground in a very short time.

Senator Tkachuk: We are very interested in ownership issues. In the newspaper business in Britain, is there a lot of discussion about cross-ownership? Are newspapers allowed to own television stations and vice versa?

Mr. Tambini: There is a discussion about that. In the build-up to the communications bill a few years ago, the argument was made that, in the era of convergence, how do we view our existing cross-media ownership restrictions? Previously, we had a complex methodology, which I cannot repeat to you, which I think basically meant that, if you owned 20 per cent of a relevant market for newspapers, you could not, without specific permission from the Secretary of State, own 20 per cent of the relevant market of a broadcaster.

Now, as part of this public interest test framework that I described to you, if there is a merger of special public interest, which is defined as a merger over a certain threshold size that involves media companies, then the Secretary of State can refer that merger to Ofcom, and Ofcom will present a report on whether that merger actually does serve the public interest.

Therefore, the Secretary of State will receive a report from Ofcom. The Office of Fair Trading will advise on whether competition is likely to suffer as a result of that merger. However, the role of Ofcom is to look at the proposed merger, look at the two concerns that are coming together, and make a judgment on some quite subjective issues regarding whether this is likely to result in a reduction of the plurality of views or the plurality of owners — in fact, in the case of broadcasting and cross-media tests — serving the audience, and whether there would be a reduction of plurality of persons with control of media enterprises serving regional markets within the U.K.

Therefore, there is now quite a subjective public interest test that is applied in the case of cross-media mergers.

Senator Tkachuk: In the newspaper business, our impression here is that it is very competitive. Is it?

Un débat de plus grande envergure s'est déroulé l'année dernière au sujet de l'enquête Hutton et du rôle qu'a joué la BBC dans les événements menant au décès de M. Kelly.

Enfin, je vous recommande de lire un livre qui a été publié l'année dernière par John Lloyd, un journaliste du *Financial Times*, intitulé *What the Media are Doing to Our Politics* (l'influence des médias sur notre politique). Ce livre a suscité des réactions aux échelons supérieurs de la BBC et de la part de nombreuses personnalités et, à mon avis, a mis à l'ordre du jour quelques-uns des défis de taille qui se posent au Royaume-Uni dans le secteur des nouvelles.

La présidente : Vous avez abordé de nombreux sujets en très peu de temps.

Le sénateur Tkachuk : Nous nous intéressons beaucoup aux questions d'appartenance. Discute-t-on beaucoup de la propriété multimédia dans le secteur britannique de la presse écrite? Est-ce que les journaux peuvent posséder des stations de télévision et réciproquement?

M. Tambini : Il en est question. Il y a quelques années, pendant la période préparatoire au projet de loi sur les communications, on s'est demandé comment il fallait percevoir les restrictions annuelles en matière de propriété multimédia à l'ère de la convergence. Nous avions autrefois une méthodologie complexe, que je ne vous rappellerai pas, en vertu de laquelle si l'on possédait 20 p. 100 d'un marché pertinent pour la presse, on ne pouvait pas, sans permission expresse du secrétaire d'État, posséder 20 p. 100 du marché pertinent d'un radiodiffuseur.

Actuellement, dans le contexte de l'application des critères d'intérêt public que j'ai mentionnés, en cas de fusion présentant un intérêt public particulier, définie comme une fusion dépassant un certain seuil, d'entreprises du secteur des médias, le secrétaire d'État peut référer cette fusion à l'Ofcom et l'Ofcom présentera un rapport indiquant si elle sert effectivement l'intérêt public.

Par conséquent, le secrétaire d'État recevra un rapport de l'Ofcom. L'Office of Fair Trading indiquera si la fusion aurait des répercussions néfastes sur le plan de la concurrence. Cependant, le rôle de l'Ofcom consiste à examiner le projet de fusion, à examiner la situation des deux entreprises concernées et à porter un jugement sur certaines questions assez subjectives liées aux objectifs réciproques, quant aux probabilités que cette fusion réduise la pluralité des opinions ou la pluralité des propriétaires — en fait, dans le cas des critères concernant la radiodiffusion et la propriété réciproque de médias — au service de l'audience et aux probabilités que cela réduise la pluralité des personnes ayant le contrôle d'entreprises médiatiques desservant des marchés régionaux au Royaume-Uni.

Par conséquent, on applique actuellement un examen fondé sur les critères de l'intérêt public qui est très subjectif aux projets de fusion des médias.

Le sénateur Tkachuk : Nous avons l'impression que la concurrence est très forte dans le secteur de la presse écrite. Est-ce exact?

Mr. Tambini: Yes, it is very competitive on the national level, but not as much on the local and regional level.

Senator Tkachuk: Explain. What do you mean by that? For example, in Liverpool, how many newspapers would you have, one or more, or how does that work?

Mr. Tambini: It is a long time since I was in Liverpool.

Senator Tkachuk: What about Oxford?

Mr. Tambini: There are two local newspapers and two commercial FM radio stations that are Oxford stations. Obviously, other radio stations are available.

Senator Tkachuk: On a national level, because your country is so different from ours, obviously, it is so small and concentrated, geographically, whereas we are quite spread apart, it was interesting to note that on a local level you have some of the same problems we have vis-à-vis not enough competition at the local level.

When you talked about the Blogosphere, I got the impression that there was some discussion about regulating it because they are out of hand, or maybe they do not fit the public view of what journalism should be.

Mr. Tambini: I do not think anyone is seriously talking about regulating Internet content, particularly not for impartiality or for journalistic standards. It is interesting to note that the Press Complaints Commission will apply its code where newspapers are carrying on their sites material that is not published on the paper version of the paper. Hence, some Internet news content does come under other regulatory regimes. The same applies to BBC, for example.

However, with regard to grassroots blogs and so forth, no one is really speaking about the regulating those people directly.

What is worth thinking about and what has been debated to a certain extent is the overall regulatory ecology that applies to provision of news content in general. If you can imagine that more and more people are getting material from a diversity of sources, in that context that may be good for plurality, and that is something we can potentially measure. However, if less of that material is coming from sources that actually do conform to any kind of code, whether that is the code for accuracy of the Press Complaints Commission or any of the broadcasting standards codes, then it might affect the way we think about public broadcasting. We might say that public broadcasting becomes more important, rather than less important, in that sphere. This is quite a complex debate. However, I would clarify that no one is speaking about regulating blogs here.

The Chairman: Is the public interest test a formal public document? It is not something they make up on the fly, correct?

M. Tambini : Oui, c'est un secteur où la concurrence est très forte à l'échelle nationale, mais moins à l'échelle locale ou régionale.

Le sénateur Tkachuk : Pouvez-vous expliquer? Qu'entendez-vous par là? Par exemple, combien de journaux y a-t-il à Liverpool, y en a-t-il un ou plusieurs et comment cela fonctionne-t-il?

M. Tambini : Je ne suis plus allé à Liverpool depuis longtemps.

Le sénateur Tkachuk : Et à Oxford?

M. Tambini : Il y a deux journaux locaux et deux stations radio FM commerciales qui sont des stations d'Oxford. Il y a aussi, naturellement, d'autres stations radio.

Le sénateur Tkachuk : Alors qu'à l'échelle nationale, cette concurrence est due, tout naturellement, au fait que votre pays est très différent du nôtre — il est de très petite taille et la population y est beaucoup plus concentrée, alors qu'elle est très dispersée au Canada — il est très intéressant de signaler qu'à l'échelle régionale, nous avons quelques problèmes semblables aux vôtres liés à une concurrence insuffisante.

Lorsque vous avez parlé de Blogosphere, j'ai eu l'impression qu'il était question de la réglementer parce que la situation est hors de contrôle ou que cela ne correspond pas à la conception publique du journalisme.

M. Tambini : Je ne pense pas qu'il soit sérieusement question de réglementer le contenu d'Internet, surtout pas en se basant sur des critères d'impartialité ou sur des critères journalistiques. Il est intéressant de noter que la Press Complaints Commission appliquera son code lorsque les journaux afficheront sur leur site des documents qui ne sont pas publiés dans la version papier du journal. Par conséquent, une partie du contenu des nouvelles sur Internet sera assujettie à d'autres régimes réglementaires. Le même principe s'applique à la BBC, par exemple.

Cependant, en ce qui concerne les carnets Web populaires et ainsi de suite, personne n'envisage sérieusement de les réglementer.

La question qui mérite d'être débattue, et qui l'a été dans une certaine mesure, est celle de l'écologie réglementaire globale qui s'applique à la fourniture de contenu de nouvelles. Dans la mesure où un nombre croissant de personnes obtiennent de l'information de diverses sources, cela peut être bon pour la pluralité et c'est quelque chose que nous pouvons mesurer. Cependant, si un pourcentage moins élevé de cette information vient de sources qui se conforment à un code, qu'il s'agisse du code en matière d'exactitude de la Press Complaints Commission ou de tout autre code établissant des normes en matière de radiodiffusion, cela pourrait avoir une influence sur la perception que nous avons de la radiodiffusion publique. On pourrait dire que la radiodiffusion publique devient plus importante dans ce contexte. C'est un débat très complexe. Cependant, je précise que personne n'envisage de réglementer les carnets Web.

La présidente : Est-ce que l'examen fondé sur les critères de l'intérêt public est un document public officiel? Ce n'est pas quelque chose que l'on fait au vol. Est-ce bien cela?

Mr. Tambini: On the face of the bill, the Communications Act, 2003, the test is mentioned and described briefly, and then there is guidance that has been published by Ofcom. That guidance is available on their website describing the procedure and the criteria that are used.

The Chairman: The Press Complaints Commission is what we would call a press council, just for clarifying purposes.

Senator Phalen: I should like to ask questions in respect to press councils. In some research that I have done, I have found a chart of European press councils dated 2003. On the chart, there are 24 countries listed. Of those countries, Britain has by far the largest budget. It has a budget of \$2,300,000. The closest to that is Sweden, which has a budget of \$600,000, and then Germany, which has a budget of \$450,000.

My first question is this: Can you tell us how your press councils are funded?

Mr. Tambini: The press council is funded 100 per cent through a body called the Press Standards Board of Finance, which effectively channels contributions that are determined by the board itself from existing newspapers. Depending on the size of the concern, they make a contribution to the Press Standards Board of Finance.

The Press Standards Board of Finance then makes budgetary decisions with regard to the spending of the Press Complaints Commission. This has been subject to some questions at various times about whether the financial relationship between the press industry itself — because the editors and owners sit on the board of finance — and the council give sufficient independence to the council.

Senator Phalen: On the same chart, I notice that the Press Complaints Commission is comprised of 16 members. Seven come from owners and editors and nine from the public. How are the individuals from the public appointed?

Mr. Tambini: For the first time, with the last lay member who was appointed, a new procedure was put in place. I know that, for the first time, they actually advertised for candidates, but they are appointed by the other members of the council. I would have to check whether it is them or the board of finance, or whether there is any involvement of the board of finance. It is either just the council or the council and the board of finance.

Senator Phalen: One of the complaints we have heard in Canada about press councils is that, given their funding comes from newspapers themselves, their ability to sanction these newspapers is limited. My research showed that in one year, the British press received 2,601 complaints — I am reading from the same chart in 2003 — and upheld less than 3 per cent of these complaints, which does not compare with Sweden, which upheld 25 per cent, or the Netherlands, which upheld 28 per cent of the complaints.

M. Tambini : Le test est mentionné et décrit brièvement dans la Communications Act de 2003. En outre, l'Ofcom a publié des instructions à ce sujet. Ces instructions se trouvent sur son site Web et décrivent la procédure et les critères sur lesquels on se fonde.

La présidente : Par souci de clarification, je précise que la Press Complaints Commission équivaut à ce que nous appellerions un conseil de presse.

Le sénateur Phalen : J'aimerais poser des questions au sujet des conseils de presse. Dans certaines études que j'ai faites, j'ai trouvé un tableau sur les conseils de presse européens qui remonte à 2003. Ce tableau porte sur 24 pays. Parmi ces pays, la Grande-Bretagne est de loin celui dont le budget est le plus élevé, à savoir 2 300 000 \$. Le pays qui vient directement après la Grande-Bretagne est la Suède, avec un budget de 600 000 \$, suivie de l'Allemagne, avec un budget de 450 000 \$.

Ma première question est la suivante : pouvez-vous nous dire comment vos conseils de presse sont financés?

M. Tambini : Le conseil de presse est financé intégralement par un organisme appelé le Press Standards Board of Finance qui achemine en fait des contributions des journaux existants dont le montant est fixé par cet organisme. Le montant de la contribution est proportionnel à la taille de l'entreprise.

Le Press Standards Board of Finance prend ensuite des décisions budgétaires en ce qui concerne les dépenses de la Press Complaints Commission. On s'est demandé à diverses reprises si la relation financière entre le milieu de la presse — car les rédacteurs en chef et les propriétaires siègent au Board of Finance — et le conseil laisse une indépendance suffisante à ce dernier.

Le sénateur Phalen : Je remarque sur le même tableau que la Press Complaints Commission est composée de 16 membres. Sept sont des propriétaires et des rédacteurs en chef et neuf sont des représentants du public. Comment sont nommés les représentants du public?

M. Tambini : Une nouvelle procédure a été mise en place à l'occasion de la nomination du dernier membre représentant le public. Pour la première fois, la commission a fait de la publicité pour recruter des candidats mais ces derniers sont nommés par les autres membres du conseil. Il faudrait que je vérifie si c'est le conseil ou le Board of Finance ou si ce dernier intervient dans les nominations. C'est soit uniquement le conseil ou alors, le conseil et le Board of Finance.

Le sénateur Phalen : Une des plaintes que l'on a entendues au Canada au sujet des conseils de presse est que, compte tenu du fait qu'ils sont financés par les journaux eux-mêmes, leur capacité de prendre des sanctions contre eux est restreinte. D'après mes recherches, en un an, la presse britannique a reçu 2 601 plaintes — c'est indiqué dans le même tableau de 2003 — et a retenu moins de 3 p. 100 de ces plaintes, alors qu'en Suède on en a retenu 25 p. 100 et aux Pays-Bas, 28 p. 100.

Can you explain the low number of complaints being upheld? Is there a reason for that?

Mr. Tambini: The answer the Press Complaints Commission themselves would give is that they tend to try to resolve these complaints out of court, as it were. They tend to mediate between complainants and editors, perhaps publish apologies, but tend to avoid taking complaints to the council if these can be mediated beforehand. I would agree with you that that is a very low level of upholding complaints. It may also have to do with the code itself.

Senator Phalen: Can you tell me if there is any perceived relationship to the number of complaints that are upheld and the makeup of the press councils?

Mr. Tambini: Part of the problem is the code itself and the fact that the code committee, the people that designed the code, is made up of owners and editors and does not have any lay members on that committee. It may be that complainants think they have a complaint in regard to the Press Complaints Commission code, but the code itself has a high bar to find against the newspaper in comparison with other press complaints commissions.

Senator Phalen: Moving on from that, in Canada, 96 per cent of private broadcasters are members of a self-regulating council known as the Canadian Broadcast Standards Council. The Canadian Radio-television and Telecommunications Commission — the CRTC — the agency that regulates broadcasting licences, has expressed publicly its satisfaction with how the Broadcast Standards Council handles complaints, but we should also note that interested parties can always bring their complaints to the CRTC.

Are private broadcasters in the U.K. regulated by a similar council? Do you have a government department similar to the CRTC, where the public can bring their complaints if unsatisfied with the broadcast council? My third question is this: How is your broadcast council funded, and what are your views as to its effectiveness?

Mr. Tambini: We do not have an industry-wide, self-regulatory complaints body for broadcasters. If you are a complainant, you would go initially to the broadcaster itself and/or to Ofcom, which is the statutory body that issues licences to broadcasters, the Office of Communications. We do not have that level of self-regulation that you are discussing.

In my introduction, I mentioned some of the standard problems with self-regulation. I would imagine that you come up against similar challenges if you are looking at broadcasting regulations, in that there are advantages in terms of its closeness to the industry, its flexibility and its ability to respond to changing technological circumstances. However, you do have problems of legitimacy and due process. Where companies have tight

Pouvez-vous expliquer le nombre peu élevé de plaintes qui ont été retenues? Y a-t-il une raison?

M. Tambini : La réponse que la Press Complaints Commission donnerait est qu'elle a tendance à tenter de régler ces plaintes hors cour. Elle a tendance à faire de la médiation entre les plaignants et les rédacteurs en chef, voire exiger la publication d'excuses, mais en tout cas à éviter d'en saisir le conseil si elles peuvent être réglées à l'amiable au préalable. Je reconnais que c'est un pourcentage très peu élevé. Il est peut-être dû également au code comme tel.

Le sénateur Phalen : Pouvez-vous dire si l'on perçoit un lien entre le nombre de plaintes retenues et la composition des conseils de presse?

M. Tambini : Le problème est en partie lié au code comme tel et au fait que le comité qui l'a conçu est composé exclusivement de propriétaires et de rédacteurs en chef et ne compte aucun représentant du public. Il est possible que les plaignants pensent avoir une plainte fondée en ce qui concerne le code de la Press Complaints Commission, mais le code comme tel a mis la barre haute pour les journaux comparativement à ceux d'autres commissions d'examen des plaintes concernant la presse.

Le sénateur Phalen : Au Canada, 96 p. 100 des radiodiffuseurs du secteur privé sont membres d'un organisme d'autoréglementation appelé Conseil canadien des normes de la radio-télévision. Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes — ou CRTC —, c'est-à-dire l'organisme chargé de la réglementation des licences de radiodiffusion, a exprimé publiquement sa satisfaction en ce qui concerne le règlement des plaintes par le Conseil canadien des normes de la radio-télévision mais il convient également de signaler que les parties concernées peuvent toujours porter plainte au CRTC.

Les radiodiffuseurs privés du Royaume-Uni sont-ils réglementés par un conseil analogue? Y a-t-il un organisme gouvernemental analogue au CRTC, devant lequel le public peut porter plainte s'il n'est pas satisfait des décisions du conseil de la radiodiffusion? Ma troisième question est la suivante : comment votre conseil de la radiodiffusion est-il financé et le trouvez-vous efficace?

M. Tambini : Nous n'avons pas d'organisme d'autoréglementation chargé d'examiner les plaintes concernant l'ensemble du secteur de la radiodiffusion. Le plaignant s'adresse initialement au radiodiffuseur ou à l'Ofcom, qui est l'organisme chargé en vertu d'une loi de délivrer les licences aux radiodiffuseurs, à savoir l'Office of Communications. Le niveau d'autoréglementation que vous mentionnez est inexistant au Royaume-Uni.

Dans mon exposé, j'ai signalé quelques-uns des problèmes courants liés à l'autoréglementation. J'imagine que vous êtes confrontés à des défis semblables en ce qui concerne les règlements sur la radiodiffusion, étant donné que la proximité de l'industrie, sa souplesse et son aptitude à réagir aux changements technologiques présentent des avantages. Cependant, cette situation pose des problèmes de légitimité et

budgetary limitations and are focused on the bottom line, they may not give sufficient resources to a self-regulatory organization, unless they were obligated to do so.

I would be interested to learn more, and I can say more about the issue of self-regulation in general, but we do not have an equivalent body in the U.K.

Senator Johnson: Can you comment on an article from last August in the *Washington Post* that reported that Reuters had decided to close 20 editorial jobs in the U.S. and Europe and move these operations to Banglador, India, in an effort to cut costs? What, in your view, are the implications of this move, and is this hiring of less expensive labour in these developing countries likely to become an industry trend in the future?

Mr. Tambini: I am not drawing on any broadcasting policy expertise when I say that say offshoring of this nature in knowledge-based industries is a general trend and it seems set to continue as long as there are differentials in labour costs. It is as likely to continue in this sector as in any other sector.

Senator Johnson: There was an article in the *Financial Post* here, but out of Britain, to the effect that the newspaper sector was becoming more crowded and that the distinction between publications is dissolving. What is your comment vis-à-vis the British news industry having to deal with the continuing erosion of sales in a marketplace that looks increasingly crowded in the middle and that editors are worried that the new rivalries that are driven by business pressures are leading to alienation of readers? I believe the editor of the *Guardian* said that there is a possibility of a real bust-up in the middle of the market.

How will this play out in Britain in terms of the future of publications? We have similar problems in Canada.

Mr. Tambini: All dailies and weekly newspapers have in the last five years experienced decline in circulation figures. One newspaper that has slightly bucked the trend has been *The Independent*, which moved to a new format and, some people would argue, a tabloid format and a tabloid feel to the newspaper, in terms of its news values and sensationalism. Perhaps that has resulted over some periods to increase its circulation.

This is related to new sources of news, the rise of 24-hour news broadcasting and the Internet. I do think there are problems for these individual publications, particularly those that have not managed to develop the online strategy, for example, that *The Guardian* has developed. However, whether or not there are public policy questions arising from this in the context of the development of other sources of news, such as the Internet, I guess is a question for you.

de procédure équitable. Lorsque les entreprises ont de fortes contraintes budgétaires et que leurs efforts sont axés sur le profit, elles n'ont peut-être pas des ressources suffisantes à donner à un organisme d'autoréglementation, à moins d'y être obligées.

J'aimerais en savoir davantage et je pourrais donner d'autres informations sur l'autoréglementation en général, mais il n'existe pas d'organisme équivalent au Royaume-Uni.

Le sénateur Johnson : Pouvez-vous faire des commentaires sur un article paru dans le *Washington Post* en août 2004, dans lequel on signalait que l'agence Reuters avait décidé de supprimer 20 postes de rédaction aux États-Unis et en Europe et de déménager ces opérations à Banglador, en Inde, dans le but de réduire les coûts? Quelles sont, à votre avis, les conséquences de cette décision et y a-t-il des probabilités que le recrutement d'une main-d'œuvre moins coûteuse dans les pays en développement devienne une tendance dans le secteur?

M. Tambini : Je ne me base pas sur des conclusions tirées par des experts en matière de politique de radiodiffusion lorsque je dis que la tendance des entreprises du milieu du savoir à aller s'établir à l'étranger est une tendance générale et qu'il semblerait qu'elle se poursuivra tant qu'il y aura des différences au niveau des coûts de main-d'œuvre. Elle se poursuivra vraisemblablement dans ce secteur, comme dans tout autre secteur.

Le sénateur Johnson : J'ai vu dans notre *Financial Post* un article, venant toutefois de Grande-Bretagne, indiquant que le nombre de journaux était de plus en plus élevé et que les différences entre les publications diminuaient. Quels sont vos commentaires au sujet du problème de l'érosion croissante des ventes dans le secteur de la presse sur un marché apparemment de plus en plus encombré en son centre, dans lequel les rédacteurs en chef craignent que les nouvelles rivalités dues aux pressions commerciales n'entraînent l'aliénation des lecteurs? Je pense que c'est le rédacteur en chef du *Guardian* qui a signalé qu'une saturation du centre du marché était possible.

Quelle incidence cela aura-t-il sur l'avenir des publications en Grande-Bretagne? Nous avons des problèmes analogues au Canada.

M. Tambini : Tous les quotidiens et les hebdomadaires ont connu une baisse de tirage au cours des cinq dernières années. Un quotidien qui a légèrement inversé cette tendance est le *Independent*, après avoir adopté un nouveau format qui, d'après certaines personnes, est un format de tabloïde; il ressemble d'ailleurs à un tabloïde pour ses nouvelles valeurs et son sensationnalisme. C'est peut-être la raison pour laquelle son tirage a augmenté au cours de certaines périodes.

Cette tendance est liée aux nouvelles sources de nouvelles, à l'avènement de la radiodiffusion de nouvelles 24 heures par jour et à Internet. Je pense que des problèmes se posent pour ces publications, surtout celles qui ne sont pas parvenues à élaborer une stratégie en ligne, comme l'a fait, par exemple, le *Guardian*. Je présume toutefois qu'il vous revient de déterminer si des questions de politique gouvernementale se posent dans les contextes du développement d'autres sources de nouvelles comme Internet.

Senator Johnson: You are right. It is a question for us.

There is a lot of trending that happens in Britain and Europe that, as the global society becomes smaller, is reflected in all continents everywhere in the world. I wonder, especially, in terms of younger people, if you are having the same issues in England as we are with them just using the Internet, not reading newspapers, to the point where two publishers here have now put out newspapers directed towards young people between 18 and 30-something. That is part of what we are studying as well, when it comes to youth and the information, and the fact of the concentration of the Internet and the information. The infomania that is out there is creating a lower readership amongst this population.

Do you have any comments on that?

Mr. Tambini: The difficulty of reaching 18-to-30 year old viewers, readers and listeners has been an issue in public policy debate about broadcasting over the last five years, certainly. I know the broadcasters have all innovated in terms of their formats. For example, the new youth-focused BBC channels that are available on digital platforms are broadcasting shorter bulletins with a different feel.

However, it seems that this group is also of particular interest to advertisers, and they are increasingly difficult to reach, not only with news, but with all conventional programming in broadcasting. However, I think it is particularly with news.

Senator Johnson: How is it with television? In our country, the majority of people still get their news, even with the Internet, from television. That is what our latest polling shows. Is it the same with the BBC, would you say, with respect to the young and general population information?

Mr. Tambini: I do not have figures at hand, but a couple of years ago 70 per cent of people said their primary source of news was still television. I think those figures are changing; the number of people that now say the Internet is their main source of news is increasing. It is still, I do not think, above 10 per cent, but the trend is clear.

Senator Chaput: In your presentation, sir, you talked about self-regulation in respect of the new media and the Internet. I think I heard you say that it was not a question of regulating Internet content — if I heard you right. In respect of the Internet, if there is a debate currently on self-regulation, what are the major points of that debate? What do the people who participate in the debate talk about? What is their approach?

Mr. Tambini: The first 10 years of the Internet, we did have periods of moral panic in the media about certain developments to do with harmful content and children, for example. Some of

Le sénateur Johnson : Vous avez raison. Il nous incombe de le déterminer.

De nombreuses tendances nouvelles qui se dessinent en Grande-Bretagne et en Europe ont des répercussions sur tous les continents, étant donné que les distances qui les séparent diminuent dans le contexte de la mondialisation. Je me demande surtout si vous avez en Angleterre les mêmes problèmes que nous en ce qui concerne les jeunes qui utilisent uniquement Internet et ne lisent pas les journaux, si bien que deux éditeurs publient maintenant des journaux s'adressant aux jeunes de 18 à 30 ans. C'est une des questions que nous étudions également, en ce qui concerne les jeunes, avec celle de la concentration de l'information ainsi que la concentration engendrée par Internet. L'infomanie entraîne une diminution du nombre de lecteurs au sein de cette population.

Avez-vous des commentaires à faire à ce sujet?

M. Tambini : Les difficultés que l'on a à attirer l'attention des téléspectateurs, des lecteurs et des auditeurs âgés de 18 à 30 ans est une question qui a été examinée dans le cadre du débat sur la politique gouvernementale en matière de radiodiffusion au cours des cinq dernières années. Je sais que les radiodiffuseurs ont tous innové sur le plan de la présentation. Par exemple, les nouveaux canaux de la BBC axés sur les jeunes, accessibles en numérique, sont des bulletins de plus courte durée, à saveur différente.

Cependant, il semblerait que ce groupe intéresse par ailleurs tout particulièrement les publicitaires et que ces jeunes soient de plus en plus difficiles à rejoindre, non seulement en ce qui concerne les nouvelles, mais en ce qui concerne tous les programmes traditionnels de radiodiffusion. Je pense que cette tendance est toutefois particulièrement marquée en ce qui concerne les nouvelles.

Le sénateur Johnson : Qu'en est-il en ce qui concerne la télévision? Dans notre pays, malgré Internet, la télévision est la source de nouvelles pour la plupart des gens. C'est ce qu'indiquent les plus récents sondages. Pensez-vous que la situation est la même à la BBC, en ce qui concerne les jeunes et l'ensemble de la population?

M. Tambini : Je n'ai pas les chiffres sous la main, mais il y a deux ans, 70 p. 100 des personnes interrogées ont dit que leur principale source de nouvelles demeurait la télévision. Je pense que ces chiffres évoluent; le nombre de personnes qui indiquent qu'Internet est actuellement leur principale source de nouvelles augmente. Je ne pense pas que le pourcentage soit supérieur à 10 p. 100, mais la tendance est nette.

Le sénateur Chaput : Dans votre exposé, vous avez parlé d'autoréglementation en ce qui concerne les médias d'information et Internet. Je pense vous avoir entendu dire qu'il ne s'agit pas de réglementer le contenu d'Internet. Est-ce qu'un débat sur l'autoréglementation d'Internet est en cours et, dans ce cas, quels sont les principaux points de ce débat? De quoi parlent les personnes qui y participent? Quelle est leur approche?

M. Tambini : Au cours des dix premières années d'Internet, nous avons connu des périodes de panique morale dans les médias, panique liée à certains changements en ce qui concerne le

that panic was justified, but not all. The first settlement for the Internet was a cautious one, based on the idea that this sector is incredibly industrially competitive and that we would regret it if we regulated it restrictively. Therefore, a self-regulatory framework was pursued.

As regards news, this is less relevant, because this is really only dealing with what you would call illegal and harmful content. However, the basic framework is that Internet service providers develop their own codes. It is true to say that, in the European countries where they did not develop their own codes of conduct, they were encouraged to do so by the national governments and by the European Commission.

Those codes contain rules about the responsibility of Internet service providers, not detailed rules about what it is okay to post on a website, but procedures and rules for illegal and harmful content. Alongside the codes of conduct and the Internet service providers, you also have hotlines for reporting illegal content, cooperation with law enforcement, et cetera.

There is a debate about the next generation of broadband content and this blurring of boundaries between the Internet and television, which, if it is not a short-term development, may well be a medium- to long-term development. There are questions there about whether content standards that are applied on broadcast platforms now and to broadcasting channels now will survive in that environment or whether the existing framework for public broadcasting has really been fundamentally undermined.

Senator Chabut: I have another question with regard to the media sectors. Do you have in your country any media sector that stands out from media sectors elsewhere — as an example, levels of concentration or foreign ownership? Do you have anything that stands out?

Mr. Tambini: The other thing we did in the Communications Act, 2003, was to remove the restriction preventing foreign nationals from owning broadcast licences and major newspapers. Some countries have these restrictions on foreign ownership and some do not. In Europe, we tend to have restrictions on non-European ownership, and these were removed in the last major legislation.

Whether there is a media sector that is more foreign owned or more concentrated, there is probably more foreign ownership in newspapers, but I would not choose any particular sector as one that has high levels either of concentration or of foreign ownership.

The Chairman: It seems to me that one of the distinguishing characteristics of the British market would be all those national newspapers. I do not know how many you have, a dozen? Would it be something like that?

contenu pernicieux et les enfants, par exemple. Cette panique était justifiée dans une certaine mesure, mais pas totalement. Le premier règlement relatif à Internet était prudent; il était fondé sur le principe que ce secteur est particulièrement concurrentiel et que nous le regretterions si nous le réglementions de façon trop stricte. On a dès lors opté pour un cadre d'autoréglementation.

Ces commentaires ne sont pas pertinents en ce qui concerne les nouvelles parce qu'ils concernent uniquement ce que l'on considérerait comme contenu illégal ou pernicieux. Cependant, le cadre de base est fondé sur l'élaboration de leurs propres codes par les fournisseurs de services Internet. Il est exact de dire que, dans les pays européens qui n'ont pas élaboré un code de conduite, les fournisseurs de services Internet ont été encouragés à le faire par leurs gouvernements nationaux et par la Commission européenne.

Ces codes contiennent des règles sur les responsabilités des fournisseurs de services Internet, pas des règles très précises concernant ce qu'il est permis d'afficher sur un site Web, mais des procédures et des règles concernant le contenu illégal et pernicieux. Outre les codes de conduite et les fournisseurs de services Internet, on peut également avoir recours aux lignes téléphoniques directes pour signaler un contenu illégal, ou à la coopération avec les responsables de l'application de la loi, par exemple.

Des discussions sont également en cours au sujet de la prochaine génération de contenu à large bande et de l'estompement des frontières entre Internet et la télévision qui, si ce n'est pas envisageable à court terme, l'est bel et bien à moyen et à long terme. On se demande si les normes concernant le contenu applicable actuellement à la radiodiffusion et aux voies de radiodiffusion survivront dans cet environnement ou si le cadre actuel de radiodiffusion publique a déjà été largement miné.

Le sénateur Chabut : Je voudrais poser une autre question en ce qui concerne les divers secteurs de l'industrie des médias. Avez-vous dans votre pays un secteur des médias qui se démarque des autres secteurs — par exemple, par les niveaux de concentration ou de propriété étrangère? Y a-t-il un secteur qui se distingue des autres?

M. Tambini : Un autre changement que nous avons apporté dans la Communications Act de 2003 est la suppression de la restriction interdisant aux étrangers de posséder des licences de radiodiffusion et des journaux importants. Certains pays ont mis en place des restrictions sur la propriété étrangère et d'autres pas. En Europe, nous avons tendance à imposer des restrictions sur la propriété non européenne et ces restrictions ont été supprimées dans la dernière loi importante.

Quant à savoir s'il y a un secteur de l'industrie des médias qui est davantage que les autres sous propriété étrangère ou dans lequel la concentration est plus forte, c'est probablement celui des journaux, mais je pense qu'aucun secteur ne se distingue particulièrement à cet égard.

La présidente : Je pense qu'un des caractères distinctifs du marché britannique est la quantité de journaux nationaux. Je ne sais plus combien vous en avez. Est-ce une douzaine? Est-ce à peu près cela?

Mr. Tambini: That is very true, if you compare it to other European countries or North American countries, where you tend to have either effective regional monopolies or fewer national and more regional newspapers. That is definitely a feature.

The Chairman: Is there much cross-ownership in Britain, or is it still more a hypothetical issue?

Mr. Tambini: Between broadcasting and the press?

The Chairman: Yes.

Mr. Tambini: Very little. Scottish Media Group has press interests and broadcasting interests. There have been questions about whether Guardian Media Group is interested in investing in certain broadcasters.

I am not an economist or an expert in the recent developments in the business, but I would say that it is likely there is a trend, simply because there are more broadcasters on niche services, smaller satellite channels. Currently, 60 per cent of the population have at least 24 channels. That has been a very rapid change in the U.K., because we have launched a digital terrestrial platform, in addition to cable and satellite, which were developing quite slowly. We are now more than half digital, and all these new channels need a lot of content, and there are a lot more smaller broadcasting companies involved in producing that content.

The Chairman: You said the new regime had done away with foreign ownership rules — not, one assumes, for the BBC. Is it for all broadcasters, or is it just for these new third tier broadcasters that there are no foreign ownership rules?

Mr. Tambini: Obviously, not for the BBC or for Channel 4, either, which is publicly owned, but the other broadcasters, yes.

The Chairman: All of them?

Mr. Tambini: Theoretically, an American citizen, no names mentioned, could buy Channel 3 or Channel 5, the big commercial licensees.

The Chairman: In relation to the Blogosphere, I am trying to figure out the sequence of events. There was a European Electronic Commerce Directive and, maybe as a result of that or simultaneously, the service providers got together to draw up codes. You said in your presentation that, if a service provider receives notice that there is illegal content, the service provider is obliged by these codes to take it down. Who gives them notice? Does it have to be notice with judicial standing? How does that work?

Mr. Tambini: I should like to step right out of this notion of a Blogosphere. I used that term to refer to grassroots provision of news.

M. Tambini : C'est très exact, si l'on compare avec d'autres pays européens ou nord-américains, qui ont tendance à avoir des monopoles régionaux efficaces ou moins de journaux nationaux et plus de journaux régionaux. C'est indéniablement un caractère distinctif du marché britannique.

La présidente : Est-ce que la propriété réciproque est très courante en Grande-Bretagne ou est-ce plutôt une question hypothétique?

M. Tambini : Entre la radiodiffusion et la presse?

La présidente : Oui.

M. Tambini : Très peu. Le Scottish Media Group a des intérêts dans la presse et dans la radiodiffusion. On s'est demandé si le Guardian Media Group était intéressé à investir dans certains radiodiffuseurs.

Je ne suis pas économiste ni expert en matière de nouveautés dans l'industrie, mais je pense qu'une tendance se dessine pour la simple raison que le nombre de radiodiffuseurs augmente et qu'ils offrent des services de crêneaux et de plus petits canaux de transmission par satellite. Actuellement, 60 p. 100 de la population peut capter au moins 24 canaux. La situation a évolué très rapidement au Royaume-Uni, parce que nous avons lancé une plate-forme numérique terrestre, outre la diffusion par câble et par satellite qui se développait très lentement. À l'heure actuelle, plus de la moitié du service est numérique et tous ces nouveaux canaux ont besoin de beaucoup de contenu; par conséquent, le nombre de petites entreprises de radiodiffusion produisant ce contenu est plus élevé qu'avant.

La présidente : Vous avez mentionné que le nouveau régime avait abrogé les règles concernant la propriété étrangère — pas en ce qui concerne la BBC, je présume. L'absence de règles en matière de propriété étrangère s'applique-t-elle à tous les radiodiffuseurs ou uniquement à ceux de cette nouvelle troisième catégorie?

M. Tambini : Elle n'est pas applicable, bien entendu, à la BBC ni au Channel 4, qui sont des entreprises publiques, mais bien aux autres radiodiffuseurs.

La présidente : À tous?

M. Tambini : En théorie, un citoyen américain, sans citer de nom, pourrait acheter le Channel 3 ou le Channel 5, c'est-à-dire les grands radiodiffuseurs commerciaux.

La présidente : En ce qui concerne la Blogosphere, je tente d'établir la séquence des événements. Une Directive européenne sur le commerce électronique a été publiée et c'est peut-être à la suite de cela, ou simultanément, que les fournisseurs de services se sont réunis pour élaborer des codes. Vous avez signalé dans votre exposé que si un fournisseur de services était averti d'un contenu illégal, il est obligé par ces codes de supprimer ce contenu. Qui les avise? Est-il nécessaire qu'il s'agisse d'une notification à caractère judiciaire? Comment cela fonctionne-t-il?

M. Tambini : Je voudrais sortir de cette notion de Blogosphere. J'ai employé ce terme dans le contexte de la diffusion des nouvelles aux masses.

In relation to the E-commerce directive, that is a separate debate. The E-commerce directive is concerned with establishing a limited liability regime for ISPs, effectively. It is clear that they are just a carrier of the content. They do not actually have any role as a publisher; they do not have any liability for the content itself. Within it, the ISP has a responsibility only from the moment it is notified. It could be notified by anybody. I could come across a site that I think infringes my copyright, and then I could make a complaint to the ISP. This is where some of the problems may enter the equation.

Let me give you the following illustration. Some of my students were looking at this regime and decided to conduct an experiment, a mystery shopper test, to see if this notice-and-take-down regime was actually being applied in a way that has high enough standards. They put up a spoof website that contained chapters from John Stuart Mill's *On Liberty*. In fact, it was chapter 2, which dealt with freedom of the press and freedom of expression. They decided to host it on a number of ISP websites — literally, it was a fan site for John Stuart Mill enthusiasts. The ISPs received a number of complaints from the John Stuart Mill Heritage Foundation, which I think had been set up by another student. As a result of this, we found that a number of the ISPs simply took down material without actually reviewing whether the complaint was real, whether it was bogus.

This is an interesting game, and I think it is quite a funny story. This is not the end of free expression as we know it, but it does illustrate that this is a self-regulatory mechanism, which arguably results in it being quite easy to take somebody else's site down. If there was a blog you did not like, you could complain against it and the ISP probably would not even look at it before they took it down.

Hence, there are potential problems here with the notice-and-take-down regime. There is a real shakedown going on in Europe with the ISPs, particularly in very competitive markets, because of the rise in broadband service providers. The players in the sector will not give sufficient resources to self-regulation and to running a notice-and-take-down regime if this involves expensive lawyers reviewing hundreds of complaints. They will just take the site down, ask questions later.

There is some evidence that copyright holders might be using this regime to close down sites that allegedly infringe copyright. I do not think it is a huge problem right now, but it could become one and it shows a system that is subject to potential abuses.

The Chairman: That is fascinating. I have one more question before I go back to Senator Tkachuk.

En ce qui concerne la directive sur le commerce électronique, il s'agit d'un débat distinct. Cette directive a pour objet d'instaurer un régime efficace de responsabilité limitée en ce qui concerne les fournisseurs de services Internet. Il est clair qu'ils ne sont que des achemineurs de contenu. Ils n'interviennent pas dans sa publication; ils n'ont aucune responsabilité pour le contenu comme tel. D'après cette directive, les fournisseurs de services Internet ne sont responsables qu'à partir du moment où ils ont reçu un avis. La notification peut être faite par n'importe qui. Je pourrais tomber sur un site qui, à mon avis, viole mes droits d'auteurs, et porter plainte au fournisseur de services Internet. C'est à partir de ce moment-là que certains problèmes peuvent être pris en compte.

Je vous soumets l'exemple suivant. Certains de mes étudiants ont examiné ce régime et ont décidé de faire une expérience, d'appliquer le test du client mystère, pour déterminer si le régime de notification et de suppression était effectivement mis en œuvre selon des normes suffisamment élevées. Ils ont élaboré un site Web factice contenant des chapitres de l'ouvrage de John Stuart Mill intitulé *On Liberty*. En fait, il s'agissait du chapitre 2 portant sur la liberté de presse et la liberté d'expression. Ils ont décidé de le placer sur les sites de plusieurs fournisseurs de services Internet — il s'agissait d'un site pour les lecteurs passionnés de John Stuart Mill. Les fournisseurs de services Internet ont reçu plusieurs plaintes de la John Stuart Mill Heritage Foundation qui avait été établie, si je ne me trompe, par un autre étudiant. À la suite de cet essai, nous avons constaté que plusieurs fournisseurs se sont contentés de supprimer les documents sans vérifier si la plainte était réelle ou s'il s'agissait d'une plainte « simulée ».

C'est un jeu intéressant et je trouve cela très amusant. Ce n'est pas la fin de la libre expression telle que nous la connaissons, mais cela démontre qu'il s'agit d'un mécanisme d'autoréglementation qui a pour conséquence qu'il n'est pas très difficile de faire supprimer le site d'une autre personne. À supposer que vous voyiez un carnet Web qui ne vous plaît pas, vous pourriez porter plainte et le fournisseur de services Internet ne vérifierait peut-être même pas le bien-fondé de la plainte avant de le supprimer.

Par conséquent, le régime de la notification et suppression pourrait poser des problèmes. Il y a tout un remue-ménage en Europe en ce qui a trait aux fournisseurs de services Internet, surtout sur les marchés très concurrentiels à cause de l'augmentation du nombre de fournisseurs de services à large bande. Les gens du secteur ne donneront pas de ressources suffisantes pour financer l'autoréglementation et administrer un régime de notification et de suppression si cela les oblige à engager les services coûteux d'avocats pour examiner les plaintes. Ils se contenteront de supprimer le site avant de poser des questions.

On a des preuves que les détenteurs de droits d'auteur pourraient avoir recours à ce régime pour faire fermer des sites qui violent présumément les droits d'auteur. Je ne pense pas que cela pose un problème de taille actuellement, mais ce pourrait être le cas un jour et cela démontre qu'il s'agit d'un système exposé à certains abus.

La présidente : C'est fascinant. J'ai une autre question à poser avant de donner à nouveau la parole au sénateur Tkachuk.

People who have complaints about broadcasters can go to Ofcom. Does Ofcom have a separate complaints division? How does it work?

Mr. Tambini: Within Ofcom, there is a division dealing with complaints — however, it is not a part of Ofcom that I have worked with. Nevertheless, that should be one of the easiest things to find out about, because they are geared to receiving complaints.

Senator Tkachuk: I want to do a little bit of follow-up on a number of points you have already raised. One is on foreign ownership. When you say that the restrictions have been lifted, if a person from the United States or from Germany wanted to buy a newspaper in Britain does that mean that the person would have to get permission to allow for that negotiated business deal to go through, or does anyone care if it goes through? What would happen in the case of someone wishing to make a bid for a television network or a radio station? Do they have to go through a process or is it just accepted?

Mr. Tambini: It depends on the nature of the enterprise being bought. If it is a media company whose turnover exceeds U.K. 70 million pounds per year, then specific permission will have to be sought from the Office of Fair Trading.

Senator Tkachuk: Just for clarification, when you say media, do you mean electronic media or newspapers, or do you mean both?

Mr. Tambini: I mean both.

Senator Tkachuk: When someone is making application for a specialty channel that would be broadcast on cable, say a news channel, how difficult is it to get permission to start one? Is it difficult to start one?

Mr. Tambini: There are relatively simple procedures where you have to notify Ofcom. You would have to register a company, but it is relatively easy. You do not have to jump through too many hoops.

Senator Tkachuk: Do you have to meet any financial or programming rules, or do you just say, I want to start a news channel, and permission is granted and away you go?

Mr. Tambini: You would receive a licence, and as a condition of that licence you do have to observe the Ofcom program code, which is very detailed. Therefore, the actual procedure for permitting you to set up that service I think is relatively simple, but the rules are very specific, and if you are in breach of that code, your licence will be removed.

Senator Tkachuk: Is part of that code the question of differences of views? Do the bureaucrats look at it as a whole — that is, we have five news channels out there, all with different views, and therefore we are meeting our public policy obligation

Les personnes qui ont des plaintes à porter sur des radiodiffuseurs peuvent s'adresser à l'Ofcom. L'Ofcom a-t-elle un service s'occupant exclusivement des plaintes? Comment cela fonctionne-t-il?

M. Tambini : L'Ofcom a un service chargé des plaintes, mais je n'ai jamais travaillé avec ce service. Il devrait toutefois être très facile d'obtenir des renseignements à ce sujet parce que son rôle est de recevoir les plaintes.

Le sénateur Tkachuk : Je voudrais faire un petit suivi sur quelques sujets que vous avez abordés. L'un est celui de la propriété étrangère. Vous avez signalé que les restrictions avaient été supprimées, mais cela veut-il dire que si un Américain ou un Allemand voulait acheter un journal britannique, il devrait obtenir au préalable une permission pour que le marché qui a été négocié puisse être conclu? Autrement dit, est-ce que quelqu'un s'y intéresse? Que se passerait-il si quelqu'un faisait une offre pour un réseau de télévision ou une station radio? Ces personnes devraient-elles suivre une procédure précise ou le principe est-il tout simplement accepté?

M. Tambini : Cela dépend de la nature de l'entreprise rachetée. S'il s'agissait d'une entreprise médiatique, dont le chiffre d'affaires annuel dépasse 70 millions de livres par an, il faudrait obtenir la permission de l'Office of Fair Trading.

Le sénateur Tkachuk : Pourriez-vous préciser s'il s'agit de médias électroniques ou de journaux ou des deux à la fois?

M. Tambini : Les deux.

Le sénateur Tkachuk : Quand une entreprise présente une demande pour un canal spécialisé destiné à la diffusion par câble, par exemple un canal de nouvelles, est-il difficile d'obtenir la permission? Est-il difficile de mettre en place un canal spécialisé?

M. Tambini : Les procédures en place sont relativement simples; il faut notamment aviser l'Ofcom. Il faut également faire enregistrer une entreprise, mais c'est relativement simple. Les formalités ne sont pas très complexes.

Le sénateur Tkachuk : Est-il nécessaire de se soumettre à certaines règles financières ou en matière de programmation ou suffit-il de signaler que l'on veut instaurer un canal de nouvelles pour recevoir la permission et pouvoir démarrer?

M. Tambini : On reçoit une licence et une des conditions de l'obtention de cette licence est d'observer le code de l'Ofcom en matière de programmes, qui est très détaillé. Par conséquent, la procédure pour obtenir l'autorisation d'établir ce type de service est, à mon avis, relativement simple, mais il est nécessaire de suivre des règles très précises et si l'on enfreint ce code, la licence sera retirée.

Le sénateur Tkachuk : Est-ce que la question de la variété des opinions est intégrée à ce code? Est-ce que les bureaucrates l'examinent globalement, par exemple cinq canaux qui expriment des opinions différentes et qui sont conformes aux obligations que

— or do you look at each channel individually and say it must have all these different views?

Mr. Tambini: Each channel.

Senator Tkachuk: What about a channel like Al-Jazeera, which, in my way of thinking would not meet the test?

Mr. Tambini: I think there have been complaints, but they have not been upheld.

Senator Tkachuk: There is a lot of latitude, I take it?

Mr. Tambini: An equivalent channel, this is going back to 1999, was Med TV, a minority focused, minority language, foreign broadcaster available on satellite platforms, did have its licence revoked, but I think it was for incitement. I do not think that any complaints have been made about Al-Jazeera with respect to incitement.

On the question of impartiality, we do not do what the French do, which is to be much more specific about measuring the number of seconds that a given spokesman is given in a news bulletin. We do not quite go that far. There is a lot of judgment involved in applying these codes and these tests.

Senator Tkachuk: Because you are an academic, I want to ask a philosophical question to start a little discussion. We have had a lot of discussion here about the Internet, bloggers, and good taste and all of those things. Our concern is about the health of newspapers, which is really a concern of mine, but not really a concern of mine.

Were not the first newspapers in Britain the same as in North America? Were they not sort of all like bloggers? They were broadsheets that had a political view that they were trying to drive forward. *The Globe and Mail* here was started by a guy named Brown who was considered a radical in those days. He was pushing a public policy objective that was firm, strong and powerful. The bloggers out there that were really small newspapers that had political agendas have all become sort of respectable now, and we all want to make sure they are viable, but really, that is the way they started. Perhaps that is the way it should be vis-à-vis the Internet — we should not really worry about whether newspapers are healthy or not, because it is just competition. This is all just competition; it is all change and we hate it.

Mr. Tambini: I am inclined to agree with you. I do not hear many people out there saying that we should be worried about the great new plurality of expression that is enabled by the Internet and bloggers. I do not hear too many people arguing that they should be regulated.

I do think we need to think about how the civic and democratic role of the media is continued. We had a standard reason to intervene in broadcasting, and in the U.K. there is a consensus

nous impose la politique gouvernementale, ou examine-t-il chaque canal en particulier et exige-t-il que chaque canal véhicule ces différentes opinions?

M. Tambini : Chaque canal.

Le sénateur Tkachuk : Qu'en est-il au sujet d'un canal comme La-Jazeera, qui, à mon avis, ne répond pas à ce critère?

M. Tambini : Je pense que des plaintes ont été déposées mais qu'elles n'ont pas été retenues.

Le sénateur Tkachuk : Je présume que l'on a une grande marge de manœuvre. Est-ce bien cela?

M. Tambini : Un canal équivalent, dont la création remonte à 1999, est Med TV, qui était un canal étranger axé sur les minorités, en langue minoritaire, transmis par satellite; sa licence a été annulée, mais je pense que c'est pour des motifs d'incitation.

En ce qui concerne la question de l'impartialité, nous ne faisons pas comme les Français en comptant de façon beaucoup plus précise le nombre de secondes accordées à un porte-parole dans un bulletin de nouvelles. Nous n'allons pas aussi loin. Une grande place est laissée au jugement pour ce qui est de l'application de ces codes et de ces critères.

Le sénateur Tkachuk : Étant donné que vous êtes universitaire, je voudrais poser une question philosophique pour amorcer une petite discussion. On a beaucoup discuté ici d'Internet, de cybercarnotistes et de bon goût, par exemple. Nous nous soucions de la viabilité des journaux, mais ce n'est pas un souci vraiment personnel.

Les premiers journaux britanniques n'étaient-ils pas semblables aux journaux nord-américains? N'étaient-ils pas en quelque sorte semblables aux carnets Web? Il s'agissait de journaux grand format qui avaient des opinions politiques, lorsqu'ils essayaient de s'établir. *The Globe and Mail* a été créé par un dénommé Brown qui était considéré comme un radical à l'époque. Il faisait la promotion d'un objectif en matière de politique gouvernementale qui était ferme, vigoureux et puissant. Les carnets Web, qui étaient en fait de petits journaux ayant des programmes politiques, sont tous devenus en quelque sorte respectables et nous voulons tous nous assurer qu'ils sont viables, mais c'est en fait ce qu'ils étaient à leurs débuts. Il faudrait peut-être adopter la même attitude à l'égard d'Internet — il faudrait peut-être ne pas trop se préoccuper de la viabilité des journaux, car c'est le jeu de la concurrence. Ce n'est que de la concurrence, mais c'est aussi du changement et nous n'aimons pas le changement.

M. Tambini : J'ai tendance à être d'accord avec vous. Je n'entends pas souvent dire qu'il faudrait se préoccuper de la nouvelle pluralité d'expression permise par Internet et par les carnets Web. Je n'entends pas souvent dire qu'il faudrait les réglementer.

Je pense qu'il est essentiel de s'interroger sur les possibilités de maintien du rôle civique et démocratique des médias. Nous avons une raison type d'intervenir dans la radiodiffusion et, au

that we made quite a good job of ensuring that, in a situation where we had limited channels with mass audiences, those channels were regulated to ensure that they represented the interests and tastes of the whole audience and the different groups within it, and also that they did not favour one political interest or agenda over another.

In a situation where we might, let me put the stress on "might," be moving to a situation where there is no scarcity of spectrum available for broadcasters, and we have many more channels through which audiovisual material can be transmitted, I agree, we could move some way towards a kind of a free press model, even for broadcasters, but we do not actually know how the market is going to behave over the next 10 to 20 years. We do not know whether audiences will want to stay with mass services or whether they will move out to minority interest blog-type news sources, maybe from other countries. We have to keep a very good eye on what they provide.

I also think we have been well served by having the possibility of public interest and public debate about things that the market would not provide. For example, the market might not provide certain levels of broadcasting externalities around accuracy, quality of news, things that viewers will not themselves choose unless it is provided for them. There are a number of ways in which things could go wrong over the next 10 to 20 years. We could be in a situation in which there are fewer trusted sources or where the budgets that currently support great newsgathering operations such as the BBC are fragmented and nothing is there to replace them.

I have plenty of time for a philosophical debate about these things, but I would hesitate before actually saying that there is anyone who is threatening to regulate the blogs. I do not know if that is a debate in Canada; however, it is certainly not a debate here. On the contrary, people have been very wary about getting involved in regulating Internet content. The current suggestion by the European Commission that they are interested in including Internet Protocol television within the new regulatory framework, I think, will be resisted in the U.K.

The Chairman: I should, to fill you in, tell that you most of our discussion in this committee has not so much involved regulation of the Internet as some of the concerns that you just mentioned. If the old traditional media fragment and disappear, who will be giving us the news? Where are those newsgathering resources going to be?

I wonder if I could come back to ask you a little bit more about Ofcom. What is it? Is it a department of government? Does a free-standing commission run it? Who gets to choose who runs it? How does it work?

Mr. Tambini: Ofcom has a combination of funding sources. Some of it is payment by the stakeholders themselves, the licensees, who pay administrative charges. Some of it effectively is

Royaume-Uni, dans un contexte de canaux en nombre limité et d'auditoires de masse, on s'accorde généralement à dire qu'ils ont été réglementés de façon assez efficace afin qu'ils représentent les intérêts et les goûts de l'ensemble de l'auditoire et des divers groupes qui le composent, sans favoriser un intérêt politique ou un programme par rapport à un autre.

Dans une situation où l'on pourrait, et j'insiste sur cet aspect hypothétique, en arriver à un stade où la marge de manœuvre des radiodiffuseurs ne serait plus entravée par la rareté du spectre et où nous aurions beaucoup plus de canaux permettant de transmettre du matériel audiovisuel, nous pourrions en quelque sorte adopter un modèle de presse libre, même en ce qui concerne les radiodiffuseurs, mais nous ne savons pas en fait comment le marché se comportera au cours des 10 ou 20 prochaines années. Nous ne savons pas si les auditoires souhaiteront le maintien des services de masse ou s'ils donneront la préférence à des sources de nouvelles du type carnet à intérêt minoritaire, peut-être d'origine étrangère. Il est essentiel de suivre de près ce qu'ils offrent.

Je pense en outre que l'intérêt public et le débat public concernant des choses que le marché n'offre pas nous ont bien servis. Par exemple, le marché n'offre peut-être pas certains niveaux d'externalité en matière d'exactitude, de qualité des nouvelles, des choses que les téléspectateurs ne choisiraient pas de leur propre initiative si on ne les leur proposait pas. Il existe plusieurs possibilités que les choses tournent mal au cours des 10 ou 20 prochaines années. Nous pourrions très bien nous trouver dans une situation où le nombre de sources fiables serait plus restreint et où les budgets qui financent actuellement des entreprises de cueillette de nouvelles comme la BBC soient fragmentées et que rien de les remplace.

J'ai beaucoup de temps pour un débat philosophique sur ces questions, mais j'hésiterais avant d'affirmer que quelqu'un menace de réglementer les carnets Web. Je ne sais pas si un débat est en cours au Canada; pas ici, en tout cas. Au contraire, les gens hésitent beaucoup à intervenir dans la réglementation du contenu Internet. Le projet actuel de la Commission européenne d'intégrer la télévision fondée sur le protocole Internet au nouveau cadre réglementaire suscitera une certaine résistance au Royaume-Uni.

La présidente : Je signale que les discussions que nous avons eues n'ont pas été principalement axées sur la réglementation d'Internet mais plutôt sur les problèmes que vous venez de mentionner. Et si les médias traditionnels se fragmentent et disparaissent, qui nous communiquera les nouvelles? Où seront ces ressources en matière de cueillette de nouvelles?

Pourrais-je vous demander quelques informations supplémentaires au sujet de l'Ofcom? De quel type d'organisme s'agit-il? S'agit-il d'un organisme gouvernemental? Est-il administré par une commission autonome? Qui en choisit les administrateurs? Comment cela fonctionne-t-il?

M. Tambini : L'Ofcom a plusieurs sources de financement. Elle est financée en partie par les intervenants, par les détenteurs de licences, qui paient les frais administratifs. Une partie du

through payments for use of spectrums, so the airwaves, electromagnetic spectrum charges, some of which stay with Ofcom and some of which go to the treasury and the government.

The board of Ofcom is appointed by the Prime Minister, but there are a number of safeguards of independence for Ofcom. The board is appointed for a fixed term. They have a pretty clear remit under the Communications Act. They have more than 200 duties on the face of the legislation. There has been a controversy about a particular government adviser who was working closely with the Prime Minister who is now on the board of Ofcom. We always have these questions about the balance between accountability on the one hand and independence on the other, because a lot of the channels of accountability do depend on Ofcom reporting to the government and to Parliament.

There are a number of boards within Ofcom. One deals mainly with content issues — broadcasting, radio and television. This board reports to the main board. The point of bringing together the legacy regulators — which dealt separately with radio; there were two regulators for television; and there was a separate spectrum licensing authority. The idea of bringing those together has been to permit these different bodies to work more closely together.

Within Ofcom, there is a kind of a column structure with different hierarchies dealing with spectrum issues, with broadcasting issues and the telecommunications issues, but the idea is that they will work more closely together over time.

The Chairman: What is Ofcom's relationship with the BBC? How does it work?

Mr. Tambini: Ofcom deals with certain kinds of complaints about the BBC, for example, privacy, intrusions on privacy by journalists, intrusion into grief, fairness, and certain taste and decency complaints. We just had a judgment yesterday on a very high-profile taste and decency complaint about the BBC. Ofcom deals with certain kinds of complaints. It will not deal with delicate issues of impartiality, which are contained within the BBC program code, which is applied by the governors. News standards and other aspects of standards are dealt with by the BBC governors, and as I mentioned, they are being moved outside Broadcasting House under the new governance arrangement, and they have been given more powers to investigate complaints against the BBC.

The Chairman: Does Ofcom license BBC services?

Mr. Tambini: Yes.

financement est assuré par les paiements pour l'utilisation des spectres. Les revenus générés par les frais d'utilisation des spectres électromagnétiques sont partagés entre l'Ofcom et le Trésor public ou le gouvernement.

Le conseil d'administration de l'Ofcom est nommé par le premier ministre, mais plusieurs mesures de garantie de l'indépendance de l'Ofcom ont été mises en place. Le conseil d'administration est nommé pour un mandat d'une durée déterminée. Il a des attributions relativement précises aux termes de la Communications Act. Il a plus de 200 attributions en vertu de la loi. La nomination au conseil d'administration de l'Ofcom d'un conseiller très proche du premier ministre a suscité une vive controverse. Il faut toujours tenter d'établir un certain équilibre entre la reddition de comptes d'une part et l'indépendance d'autre part, parce que la reddition de comptes repose en grande partie sur les rapports que l'Ofcom fait au gouvernement et au Parlement.

Les tâches sont réparties entre plusieurs conseils au sein de l'Ofcom. L'un d'entre eux examine surtout les questions liées au contenu — en ce qui concerne la radiodiffusion, la radio et la télévision. Ce conseil relève du conseil d'administration. Les divers organismes de réglementation — l'un étant chargé de la radio, deux autres de la télévision et un dernier de l'octroi des licences d'utilisation du spectre — ont été regroupés pour leur permettre de collaborer de façon plus étroite.

L'Ofcom est dotée en quelque sorte d'une structure verticale comprenant divers niveaux hiérarchiques responsables des questions liées à l'utilisation du spectre, des questions liées à la radiodiffusion et des questions liées aux télécommunications, mais l'objectif est que ces différents paliers hiérarchiques travaillent en plus étroite collaboration.

La présidente : Quels sont les rapports de l'Ofcom avec la BBC? Comment cela fonctionne-t-il?

M. Tambini : L'Ofcom examine certains types de plaintes concernant la BBC, par exemple en ce qui concerne la protection des renseignements personnels, les cas d'ingérence dans la vie privée de la part de journalistes, les griefs, l'équité et certaines plaintes relatives aux atteintes au bon goût et à la bienséance. Nous avons rendu une décision hier sur une plainte concernant une atteinte au bon goût et à la bienséance contre la BBC qui avait été très médiatisée. L'Ofcom examine certains types de plaintes. Elle n'examine pas les questions délicates liées à l'impartialité, qui sont régies par le Code relatif aux programmes de la BBC dont l'application relève du conseil des gouverneurs de cette société. De nouvelles normes et d'autres aspects des normes sont examinés par les gouverneurs de la BBC et, comme je l'ai mentionné, ils démantent de Broadcasting House en vertu de la nouvelle entente concernant la régie de la société; en outre, on leur a accordé des pouvoirs plus étendus en matière d'enquête sur les plaintes contre la BBC.

La présidente : Est-ce que c'est l'Ofcom qui délivre les licences pour les services de la BBC?

M. Tambini : Oui

The Chairman: It does, so to that extent the BBC comes under the Ofcom regulatory regime?

Mr. Tambini: Yes. In terms of competition and for technical issues relating to standards and coverage obligations, relating to the use of spectrum, BBC is accountable to Ofcom.

Senator Johnson: The CEO of Ofcom, I believe last month, called for more coherent regulatory structure for the BBC when speaking to the House of Lords. What has come of that? Has that been changed now, or will it be, and what was he talking about exactly?

Mr. Tambini: As I mentioned, because complaints about the BBC from the Prime Minister's office last year about a particular story on Radio 4's *Today* program — because those complaints were not dealt with in a very clear and transparent way, we did have a major crisis in terms of the relationship between the government and the BBC last year. You will have perhaps read about the Hutton Inquiry.

The Chairman: Yes.

Mr. Tambini: It resulted in the resignation of the director general and the chair of the governors.

Following that, there was a wide public debate about problems of combining managerial and regulatory responsibility with one board. There was a consensus shared by the chair of Ofcom that it was not sensible to combine those roles.

The Department of Culture, Media and Sport committee that was set up to report on BBC governance recommended external regulation of the BBC, partly by Ofcom, partly by an external regulator, specifically for the BBC. The government itself has now published its recommendations. They are supporting the BBC's own view that they can beef up the BBC governors and move them outside the building and give them more financial independence and more powers to investigate.

Effectively, where traditionally we have had BBC governors that work quite closely with the management of the BBC, but also have a duty to deal with complaints, they will now not deal with management; there will be a separate management board within the BBC. They will deal mainly with governance and complaints about the BBC. The name will be changed to the BBC Trust. They also have a series of other duties relating to what is now called the public value of BBC services — proposals for new services, for example.

Senator Johnson: The BBC board of governors is gone, and there will be a trust now; correct?

Mr. Tambini: It was reported recently that the governors have been abolished. My personal view is that they are the same people, they have just been moved out of the building and given

La présidente : Dès lors, la BBC est soumise en quelque sorte au régime réglementaire de l'Ofcom. Est-ce bien cela?

M. Tambini : Oui. En ce qui concerne la concurrence et les questions techniques liées aux normes et aux obligations en matière de couverture, et en ce qui concerne l'utilisation du spectre, la BBC doit rendre des comptes à l'Ofcom.

Le sénateur Johnson : Le principal dirigeant de l'Ofcom a suggéré, le mois dernier je pense, dans une intervention à la Chambre des Lords, que l'on mette en place une structure réglementaire plus cohérente pour la BBC. Y a-t-on donné suite? La situation a-t-elle changé ou changera-t-elle et quel changement réclamait-il exactement?

M. Tambini : Comme je l'ai mentionné, le fait que les plaintes portées contre la BBC par le Cabinet du premier ministre, l'année dernière, à propos d'un épisode de l'émission *Today* à Radio 4, n'avaient pas été examinées de façon très claire et transparente a provoqué une crise aiguë dans les relations entre le gouvernement et la BBC. Vous avez peut-être lu des articles concernant l'enquête Hutton.

La présidente : Oui.

M. Tambini : Cette crise a entraîné la démission du directeur général et du président du conseil des gouverneurs.

Après cet incident, un vaste débat public concernant les problèmes liés au cumul des responsabilités en matière d'administration et de réglementation par un seul et même conseil a eu lieu. Selon l'opinion générale, approuvée par le président de l'Ofcom, il n'est pas raisonnable de cumuler ces fonctions.

Le comité du Department of Culture, Media and Sport, qui a été créé pour faire une étude sur la régie de la BBC, a recommandé une réglementation extérieure, établie en partie par l'Ofcom et en partie par un organisme de réglementation externe chargé uniquement de la BBC. Le gouvernement a publié ces recommandations. Il appuie l'opinion de la BBC concernant le renforcement du conseil des gouverneurs de la BBC et son déménagement, ainsi que l'octroi d'une plus grande indépendance financière et de pouvoirs plus étendus en matière d'enquête.

En fait, les gouverneurs de la BBC, qui travaillaient en étroite collaboration avec la direction de la société tout en ayant le devoir d'examiner les plaintes, n'auront plus à s'occuper de la gestion; le conseil de gestion de la BBC sera une entité distincte. Il sera principalement chargé de la régie et de l'examen des plaintes concernant la BBC. Son nom sera changé et il s'appellera le BBC Trust. Il aura également une série d'autres fonctions liées à ce que l'on appelle actuellement la valeur publique des services de la BBC — des projets de nouveaux services, par exemple.

Le sénateur Johnson : Le conseil des gouverneurs de la BBC a disparu et sera remplacé par un trust; est-ce bien cela?

M. Tambini : On a dit dernièrement que le conseil des gouverneurs avait été supprimé. Personnellement, je pense qu'il s'agit des mêmes personnes mais qu'elles ont déménagé, qu'on

more powers, and their name has been to the BBC Trust. The chair remains the same.

The Chairman: I will come back to the business of what happens when there is a merger, because you said that both Ofcom and the Office of Fair Trading would have a role. Ofcom would look at pure competition, am I right about that, so far? No, I am not. Tell me all about it.

Mr. Tambini: Under the Competition Act, the competition authorities are the Office of Fair Trading and the Competition Commission. If there is a merger that meets the test to be a matter of special public interest, because its turnover is over a certain threshold or it results in control exceeding 25 per cent of a given market, then the Secretary of State can issue a notification that it is being referred for a public interest test. Ofcom will then have a duty to report and will prepare a report according to the criteria that are detailed in their guidelines. It is slightly different for press and broadcasting, and for cross-media. The criteria broadly mean that they have to have regard for protecting accuracy, the availability of accurate and quality reporting, the maintenance of a plurality of owners, not a plurality of views. Broadly, the guidance also talks about freedom of expression as a value. Ofcom will prepare a report that will then go back to the Secretary of State. There are various possibilities. Either the merger will have a negative impact on competition or it will have a negative impact on plurality, or both, and the Secretary of State will make the final decision about whether that merger can take place.

All the reports to the Secretary of State will be in the public domain.

The Chairman: Very interesting. When you talked about 25 per cent of the market, what did you mean by market? Is that audience, is that footprint, or is that advertising market? What is that?

Mr. Tambini: Let me read you the wording, if I can find it, from Ofcom's own guidance.

Yes, if the merger would result in the creation or enhancement of at least a 25 per cent share of supplier goods or services of any description in the U.K., or in a substantial part of the U.K., that is the share of supply test. Therefore, that is more focused on competition in general.

The Chairman: Would news be considered a service that was being supplied, do you think?

Mr. Tambini: Yes.

The Chairman: This has been absolutely fascinating. We have kept you a little longer than we said we would. We are very grateful to you. If we have follow-up questions, may we email them to you?

Mr. Tambini: Certainly.

leur a attribué des pouvoirs plus étendus, et que le nom du conseil a été remplacé par BBC Trust. Le président est toujours la même personne.

La présidente : Je reviens à ce qui se passe en cas de fusion, car vous avez signalé que l'Ofcom et l'Office of Fair Trading joueraient un rôle. L'Ofcom examinerait uniquement les questions qui concernent la concurrence, si je ne m'abuse. Est-ce bien cela? Non. Donnez-moi des informations à ce sujet.

M. Tambini : Aux termes de la Competition Act, les autorités responsables en matière de concurrence sont l'Office of Fair Trading et la Competition Commission. En cas de fusion répondant aux critères de l'intérêt public particulier, parce que le chiffre d'affaires dépasse un certain seuil ou que la fusion donne un contrôle de plus de 25 p. 100 d'un marché donné, le secrétaire d'État peut émettre un avis indiquant qu'il faut appliquer les critères de l'intérêt public. L'Ofcom devra alors préparer un rapport selon les critères énoncés dans ses lignes directrices. Les critères sont légèrement différents en ce qui concerne la presse et la radiodiffusion et en ce qui concerne les entreprises multimédias. Les critères indiquent en gros que les parties à la fusion doivent se préoccuper de protéger l'exactitude, doivent donner accès à des nouvelles exactes et de qualité, doivent maintenir une pluralité de propriétaires et pas une pluralité d'opinions. D'une façon générale, les directives indiquent en outre que la liberté d'expression est une des valeurs importantes. L'Ofcom préparera un rapport qui sera renvoyé au secrétaire d'État. Il y a diverses possibilités. Ou la fusion aura des répercussions négatives sur la concurrence ou elle aura des répercussions négatives sur la pluralité, ou sur les deux; le secrétaire d'État devra prendre la décision finale et approuver ou rejeter le projet de fusion.

Tous les rapports présentés au secrétaire d'État seront du domaine public.

La présidente : C'est très intéressant. Vous avez parlé de 25 p. 100 du marché, mais qu'entendez-vous par « marché »? S'agit-il de l'auditoire, de la couverture ou du marché publicitaire? De quoi s'agit-il?

M. Tambini : Je vais vous lire le texte de la directive de l'Ofcom, si je le trouve.

Oui, si la fusion avait pour conséquence la création ou l'accroissement d'une part d'au moins 25 p. 100 du marché des biens ou des services de toutes sortes au Royaume-Uni ou dans une partie importante du Royaume-Uni, c'est la part du critère de fourniture. Par conséquent, le processus est davantage axé sur la concurrence en général.

La présidente : Les nouvelles seraient-elles considérées comme un service fourni, d'après vous?

M. Tambini : Oui.

La présidente : C'est absolument fascinant. Nous vous avons retenu un peu plus longtemps que prévu. Nous vous remercions. Si nous avons d'autres questions à vous poser, pouvons-nous vous les communiquer par courriel?

M. Tambini : Certainement.

The Chairman: It has been a most interesting session. Thank you very much, Mr. Tambini.

Mr. Tambini: I have enjoyed it.

The Chairman: Senators, our next public meeting is tomorrow evening at 6:15 p.m. in this room. The witness will be Mr. Edward Greenspoon, the editor of *The Globe and Mail*.

The committee adjourned.

OTTAWA, Wednesday May 11, 2005

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day at 6:26 p.m. to pursue its study of the current state of Canadian media industries; emerging trends and developments in these industries; the media's role, rights and responsibilities in Canadian society; and current and appropriate future policies relating thereto.

Senator Joan Fraser (Chairman) in the Chair.

[Translation]

The Chairman: Honourable senators, welcome. This evening, we are continuing our examination of the state of the Canadian news media and the appropriate role of public policy in helping to ensure that the media remain healthy, independent and diverse, in light of the tremendous changes that have occurred in recent years, notably globalization, technological change, convergence and increased concentration of ownership.

We have heard many witnesses over the course of our study. This evening, we welcome before the committee three witnesses who will be among the most interesting that the committee will be hearing from.

[English]

We have with us representatives of the *The Globe and Mail* newspaper. We welcome Mr. Greenspon, the editor-in-chief; Ms. Stead, the deputy editor; and Mr. Martin, the comment editor.

I do not think the *The Globe and Mail* needs introduction, certainly not to senators and probably not to the television audience. However, I do have a note before me that says that the paper's history goes back to 1844, which is respectable anywhere. There are not many newspapers older than *The Globe and Mail*. There is one in Canada that is older, but not many anywhere else.

Welcome, thank you very much for being with us today. I believe you know the drill. We ask you to make an opening statement and then we will ask you questions. Please proceed.

La présidente : Ce fut une séance très intéressante. Merci beaucoup, monsieur Tambini.

M. Tambini : C'est avec plaisir.

La présidente : Chers collègues, notre prochaine séance publique aura lieu demain soir à 18 h 15, dans cette même salle. Le témoin sera M. Edward Greenspoon, le rédacteur en chef du *Globe and Mail*.

La séance est levée.

OTTAWA, le mercredi 11 mai 2005

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui, à 18 h 26, afin de poursuivre son étude sur l'état actuel des industries de médias canadiennes, les tendances et les développements émergeant au sein de ces industries; le rôle, les droits, et les obligations des médias dans la société canadienne; et les politiques actuelles et futures appropriées par rapport à ces industries.

Le sénateur Joan Fraser (présidente) occupe le fauteuil.

[Traduction]

La présidente : Honorables sénateurs, bienvenue. On continuera ce soir notre étude des médias canadiens d'information et du rôle que l'État devrait jouer pour aider les médias à demeurer vigoureux, indépendants et diversifiés dans le contexte des bouleversements qui ont touché ce domaine au cours des dernières années, notamment la mondialisation, les changements technologiques, la convergence et la concentration de la propriété.

Nous avons entendu plusieurs témoins au cours de notre étude. Nous accueillons ce soir trois témoins qui sont parmi les plus intéressants que nous avons pu accueillir.

[Traduction]

Nous recevons ce soir des représentants du journal *The Globe and Mail*. Accueillons donc M. Greenspon, rédacteur en chef, Mme Stead, éditrice déléguée, et M. Martin, éditeur responsable des commentaires.

Je ne pense pas que des présentations soient nécessaires dans le cas du *Globe and Mail*, en tout cas pas en ce qui concerne les sénateurs et sans doute pas non plus dans le cas des téléspectateurs qui suivent la séance. J'ai cependant devant moi une note qui dit que l'histoire du journal remonte à l'année 1844, ce qui est respectable où que ce soit. Il n'existe pas beaucoup de journaux qui soient plus vieux que le *Globe and Mail*. Il y en a un au Canada qui est plus âgé, mais il n'y en a pas beaucoup ailleurs.

Bienvenue, et merci beaucoup d'être des nôtres aujourd'hui. Je pense que vous connaissez la routine. Nous vous demandons de faire vos remarques liminaires, après quoi nous vous poserons des questions. Allez-y, je vous prie.

Mr. Edward Greenspon, Editor-in-chief, *The Globe and Mail*:

Honourable senators, thank you for the invitation to appear before you today. I spent some time briefing myself on your proceedings and I can see you are grappling with questions that merit serious and sober deliberation.

I intend to bring you up to date on the state of the *The Globe and Mail*, Canada's national newspaper and our ambitions to make it an even better means of delivering the information and insight our readers need to build a better country and better lives. In so doing, I trust I will touch on many of your areas of interest.

I should add that when I speak of *The Globe and Mail*, I am speaking of more than just the newspaper. We also operate a magazine division, an online division and we launched Canada's first and only business news specialty channel, Report on Business Television. In each of these endeavours we aim to be first in our class.

Before I proceed, I would like to introduce the two *Globe* colleagues who have accompanied me here today. On my right is Ms. Stead, our deputy editor. Ms. Stead is a veteran of 30 years at *The Globe and Mail*, starting as a summer intern. She has occupied many positions of influence at the paper, including education reporter, Queen's Park reporter, assistant national editor, national editor and now deputy editor.

On my left is Mr. Martin. Mr. Martin is our comment editor, which puts him in charge of the op-ed page, "Letters to the Editor," the "Facts and Arguments" page, and the Saturday book section. Mr. Martin is a critical player at ensuring that our paper reflects a diversity of viewpoints on issues of importance. Mr. Martin joined *The Globe and Mail* in 1984, after a highly successful broadcast career that included three years co-hosting CBC's *Sunday Morning*. He is the co-author of a book on the Progressive Conservative party's 1983 leadership race.

At *The Globe and Mail*, Mr. Martin has served as editor of the "Focus" section, our Middle East correspondent and foreign editor in addition to his current duties. He is an acknowledged foreign policy expert, speaking at numerous conferences and serving as a panellist on TV Ontario's *Diplomatic Opportunity*.

Both of these people are exemplary journalists and they have deep pools of knowledge, reflecting the high level of quality to which *The Globe and Mail* aspires.

As the chairman has mentioned, *The Globe and Mail* has a long and honourable place as a key institution of political, economic and cultural life of the country. *The Globe and Mail* was founded in 1844 by a young political reformer named George Brown and played a critical role in the political debates and processes leading

M. Edward Greenspon, rédacteur en chef, *The Globe and Mail* :

Honorables sénateurs, je vous remercie de l'invitation à venir comparaître devant vous aujourd'hui. J'ai pris du temps pour me renseigner sur vos travaux et ai constaté que vous êtes aux prises avec des questions qui méritent un examen sérieux et sobre.

Je compte vous faire une mise à jour sur l'état du *Globe and Mail*, le journal national du Canada, et nos ambitions en vue d'en faire un moyen encore meilleur de livrer les informations et les idées dont nos lecteurs ont besoin pour bâtir un pays meilleur et des vies meilleures. Ce faisant, je compte que j'aborderai nombre des questions qui vous intéressent.

Il me faudrait ajouter que lorsque je parle du *Globe and Mail*, je parle de plus que le simple journal. Nous exploitons également un service de revue ainsi qu'un service en ligne, et nous avons lancé la première et la seule chaîne d'affaires spécialisée, Report on Business Television. Dans chacune de ces initiatives, notre but est d'être le meilleur.

Avant d'aller plus loin, j'aimerais vous présenter les deux collègues du *Globe* qui m'ont accompagné ici aujourd'hui. Assise à ma droite est Mme Stead, notre éditrice déléguée. Mme Stead a 30 années d'expérience chez *The Globe and Mail*, où elle a commencé en tant que stagiaire d'été. Elle y a occupé de nombreux postes importants, y compris reporteur dans le domaine de l'éducation, reporteur à Queen's Park, rédactrice nationale adjointe, rédactrice nationale et, aujourd'hui, éditrice déléguée.

Assis à ma gauche est M. Martin. M. Martin est notre rédacteur responsable des commentaires, ce qui fait de lui le grand responsable de la page en regard de la page éditoriale, du courrier des lecteurs, de la page « Facts and Arguments », et du cahier du samedi sur les livres. M. Martin joue un rôle clé pour veiller à ce que notre journal reflète une diversité d'opinions sur les questions d'importance. M. Martin s'est joint à l'équipe du *Globe and Mail* en 1984, après une carrière fort réussie dans le monde de la radiodiffusion, y compris trois années comme coanimateur de l'émission *Sunday Morning* de CBC. Il est également coauteur d'un livre sur la course à la chefferie du Parti progressiste-conservateur de 1983.

Au *Globe and Mail*, M. Martin a été rédacteur du cahier « Focus », notre correspondant pour le Moyen-Orient et notre rédacteur pour ce qui est des nouvelles étrangères, ce en plus de ses fonctions actuelles. Il est également reconnu comme expert en matière de politique étrangère et à ce titre il est souvent invité à participer à des conférences et est également panéliste à l'émission *Diplomatic Opportunity* de TV Ontario.

Ces deux personnes sont des journalistes exemplaires aux vastes connaissances, reflétant le niveau de qualité élevé auquel aspire *The Globe and Mail*.

Comme l'a mentionné la présidente, *The Globe and Mail* occupe depuis longtemps une place d'honneur en tant qu'institution clé dans la vie politique, économique et culturelle du pays. *The Globe and Mail* a été fondé en 1844 par un jeune réformiste politique du nom de George Brown et a joué un rôle

up to Confederation and has been involved in every subsequent major debate in the development of the country.

Our newspaper remains true to Brown's original vision of a serious newspaper with a special emphasis on national affairs, commerce and foreign news. Brown succeeded because of his commitment to excellence, a proposition that continues to lie at the heart of our business strategy. *The Globe and Mail* has always been characterized by broad horizons. In 1959, we became the first Western newspaper to set up a bureau in communist China. In the late 1970s, we led the world in using satellite technology to print a newspaper simultaneously at far-flung plants. Today, we print in six locations: Halifax, Boucherville, Mississauga, Brandon, Calgary and Vancouver.

In June 2000, *The Globe and Mail* took another major step into the future with the launching of a 24-hour breaking news Internet service on globeandmail.com. We hired 20 additional journalists to ensure we would provide a service of genuine value. Readers of globeandmail.com have rewarded us for the effort. From 25,000 unique visitors a day in 2000, today we have grown 10-fold to 250,000 unique visitors every day.

We also provide a career service over the Web, complete with job postings and advice. Indeed, the success of Workopolis, our joint venture with *The Toronto Star* and *La Presse* makes Canada one of the only countries in the world to resist domination by monster.com. In Canada, a Canadian owned and operated site is the market leader.

Our websites form a key plank in our strategy for the future. It has been widely observed that the readers, especially younger ones, are increasingly turning to the Web for their news. The Internet allows for immediacy and heightened interactivity and puts an unprecedented level of control in the hands of the consumer. It is a new medium with tremendous potential not all of it yet understood. The only thing we know is that it becomes incumbent upon us to deliver news in whatever form our readers prefer. All media companies will be engaging in experimentation in the coming years. They must be left free to succeed and fail as they see fit. I am confident the end result will be nothing other than brilliant new products for consumers of news and information.

Let me return to the newspaper that remains the mother ship of the entire operation. It provides the good name, reputation and corporate culture on which we depend.

As had a national newspaper, we are primarily interested in issues that affect Canadians wherever they may live. An innovative policy approach in one province may be of great

essential dans les débats et les processus politiques qui ont précédé la Confédération et est intervenu dans tous les débats d'importance subséquents survenus au cours du développement du pays.

Notre journal demeure fidèle à la vision originale de Brown, celle d'un journal sérieux mettant tout particulièrement l'accent sur les affaires nationales, le commerce et les nouvelles étrangères. Brown a réussi grâce à son engagement envers l'excellence, et c'est là un principe qui est toujours au cœur de notre stratégie commerciale. *The Globe and Mail* a toujours été caractérisé par de vastes horizons. En 1959, nous sommes devenus le premier journal occidental à établir un bureau en Chine communiste. À la fin des années 70, nous avons été les premiers dans le monde à utiliser la technologie par satellite pour produire simultanément le journal dans des imprimeries très éloignées les unes des autres. Aujourd'hui, nous imprimons notre journal dans six localités : Halifax, Boucherville, Mississauga, Brandon, Calgary et Vancouver.

En juin 2000, *The Globe and Mail* a franchi encore un grand pas en avant avec le lancement d'un service Internet 24 heures de nouvelles de dernière heure sur globeandmail.com. Nous avons embauché 20 journalistes supplémentaires pour être certains d'offrir un service à grande valeur ajoutée. Les lecteurs de globeandmail.com nous ont récompensés pour nos efforts. En effet, nous sommes passés de 25 000 visiteurs individuels par jour en 2000 à 250 000 visiteurs individuels par jour aujourd'hui, soit une multiplication par dix.

Nous offrons également sur le Web un service de carrière, avec affichage d'emplois et conseils. En effet, la réussite de Workopolis, notre initiative conjointe avec le *Toronto Star* et *La Presse* fait du Canada l'un des seuls pays au monde à résister à la domination exercée par monster.com. Au Canada, le chef de file dans le marché est un site à propriété et à exploitation canadiennes.

Nos sites Web constituent un élément essentiel de notre stratégie pour l'avenir. Il a été largement constaté que les lecteurs, surtout les plus jeunes, sont de plus en plus nombreux à recourir au Web pour leurs actualités. L'Internet offre l'instantanéité et une interactivité accrue et accorde au consommateur un niveau de contrôle sans précédent. Il s'agit d'un nouveau médium qui offre un potentiel énorme que l'on ne cerne pas encore très bien. La seule chose que nous savons est qu'il nous incombe de livrer les nouvelles dans la forme que préfèrent nos lecteurs. Toutes les entreprises médiatiques vont dans les années à venir tenter diverses expériences. Il leur faut être libres de réussir et d'échouer en fonction de leurs choix. J'ai confiance que le résultat ultime ne sera rien de moins que de brillants nouveaux produits pour les consommateurs de nouvelles et d'information.

Permettez que je revienne maintenant au journal qui demeure le navire-mère de toute l'opération. C'est lui qui offre les bons nom, réputation et culture d'entreprise dont nous dépendons.

En tant que journal national, nous sommes principalement intéressés aux questions qui ont une incidence sur les Canadiens où qu'ils vivent. Une politique novatrice dans une province

relevance to another. In order to help Canadians understand their fellow citizens in other regions, we operate a series of bureaux in 10 cities across the country, what we believe to be the largest domestic network of any print organization. We also operate the largest parliamentary print bureau in Ottawa and the largest network of foreign correspondents of any newspaper: In London, Moscow, Beijing, Jerusalem, Johannesburg, Washington and New York.

The Globe and Mail is a national newspaper and not a local newspaper. Although regional news and some local news is part of our mix, we strive for stories of common interest to all Canadians. We compete against and complement local papers across the country. There is no location anywhere in Canada where we enjoy a monopoly or even a stranglehold on the market. In Vancouver, we are competing against four wholly-owned CanWest dailies: *The Vancouver Sun*, *The Province*, the *National Post*, *Dose*, and one partly owned *Metro* and we are gaining market share. In Toronto, we are thriving in one of the most competitive newspaper markets in North America. We provide a high-end alternative voice wherever we are distributed.

We cannot cover the world or even the country all by ourselves. We purchase a variety of wire services and actively support Canadian Press, Canada's long-standing and crucial wire-service co-operative. Phillip Crawley, our publisher, sits on the CP board and is past chair of the Canadian Newspaper Association.

Anywhere from 1 million to 1.3 million Canadians read *The Globe and Mail* on a given day. Over a week, 2.5 million Canadians will read at least one issue. You may have heard earlier this month of severe circulation declines hitting newspapers in Canada and the United States. *The Globe and Mail* is one of the few rays of good news in this otherwise gloomy picture. We are growing, albeit slowly.

Our penetration is much higher per capita than any paper in the United States. The *Wall Street Journal* and *USA Today*, the two largest papers in the United States, have circulations of just over 2 million people. The circulation of *The New York Times* is about 1.2 million daily.

As I stated earlier, we believe in quality and excellence in everything we do. That is what we see as our distinguishing characteristic in a crowded media marketplace and the simple explanation for our success.

We have invested heavily in recent years in improving our journalism and thereby our relationship with readers. We have opened new bureaux, supported in-depth reporting, expanded our web presence and recruited proven journalists. We are also nurturing a younger generation who will carry us into the future.

pourrait être très pertinente pour une autre. Afin d'aider les Canadiens à comprendre leurs concitoyens d'autres régions, nous exploitons une série de bureaux installés dans dix villes réparties dans le pays, et dont nous pensons qu'il s'agit du plus vaste réseau national d'entreprises de la presse écrite. Nous exploitons par ailleurs le plus important bureau de presse écrite parlementaire à Ottawa et le plus vaste réseau de correspondants étrangers parmi tous les journaux, avec une présence à Londres, à Moscou, à Beijing, à Jérusalem, à Johannesburg, à Washington et à New York.

The Globe and Mail est un journal national et non pas local. Bien que les nouvelles régionales et que certaines nouvelles locales fassent partie de notre mélange, nous nous efforçons de publier des articles qui intéresseront tous les Canadiens. Nous concurrençons et complétons des journaux locaux d'un bout à l'autre du pays. Il n'existe au pays aucun endroit où nous jouissons d'un monopole voire même d'une emprise sur le marché. À Vancouver, nous sommes en concurrence avec quatre quotidiens qui appartiennent à part entière à CanWest, *The Vancouver Sun*, *The Province*, the *National Post*, *Dose*, et un journal qui appartient en partie à CanWest, et notre part de marché est en train d'augmenter. À Toronto, nous sommes en plein essor dans l'un des marchés de journaux les plus compétitifs en Amérique du Nord. Nous offrons une voie de rechange de niveau supérieur partout où nous sommes distribués.

Nous ne pouvons pas couvrir le monde ni même le pays tout seul. Nous achetons une variété de services de nouvelles et appuyons activement la Presse canadienne, la coopérative de service de dépêches la plus importante et la plus ancienne au pays. Phillip Crawley, notre éditeur, siège au Conseil d'administration de la PC et est ancien président de l'Association canadienne des journaux.

Chaque jour, entre 1 et 1,3 million de Canadiens lisent *The Globe and Mail*. Sur une semaine, 2,5 millions de Canadiens en liront au moins un numéro. Vous avez peut-être entendu parler plus tôt ce mois-ci des graves chutes de tirage ayant frappé des journaux au Canada et aux États-Unis. *The Globe and Mail* est l'une des rares exceptions dans un tableau plutôt triste. Nous vivons une croissance, bien que lente.

Notre pénétration par tête d'habitant est beaucoup plus élevée que celle de tout quotidien aux États-Unis. Le *Wall Street Journal* et *USA Today*, les deux plus gros journaux aux États-Unis, ont un tirage d'à peine un peu plus de 2 millions. Celui de *The New York Times* est d'environ 1,2 million chaque jour.

Comme je l'ai dit plus tôt, nos mots d'ordre dans tout ce que nous faisons sont la qualité et l'excellence. Voilà selon nous ce qui nous démarque dans un marché médiatique de plus en plus bousculé, et c'est là l'explication simple de notre réussite.

Nous avons lourdement investi ces dernières années dans l'amélioration de notre journalisme et, partant, de notre relation avec les lecteurs. Nous avons ouvert de nouveaux bureaux, appuyé les reportages approfondis, élargi notre présence sur le Web et recruté des journalistes chevronnés. Nous nous attachons par ailleurs à encadrer une génération plus jeune qui sera notre relève pour l'avenir.

Let me provide several examples: In 2003, we opened a new bureau in Africa staffed by Stephanie Nolen. I think it is fair to say that Ms. Nolen's award-winning work has helped raise the consciousness of Canadians about the profound health and development challenges facing the world's poorest continent.

We have also recently expanded our presence in British Columbia, our second largest market. We have heard repeatedly from British Columbians that they feel there is too much media concentration in that marketplace. We aim to do a better job there serving existing and potential readers.

We have invested heavily in major journalistic projects that we think help Canadians understand both their heritage and the on-rushing future. A few examples are our Remembrance Day, D-Day and VE Day anniversary coverage, our "New Canada" series and our "China Rising" special edition.

We are supporting a pair of dogged Ottawa-based reporters in their five-year pursuit of the sponsorship scandal. Daniel Leblanc and Campbell Clark have provided an important public service with their investigative work, and last month *The Globe and Mail* received the Michener Award for meritorious public service in journalism.

In each of the past six years, we have led or been tied for the lead in National Newspaper Award nominations. We recently won a rare gold medal from the prestigious Society of Newspaper Design for the best use of photography of any newspaper in the world. In addition to our grand prize this year at the Michener, the work of our "Report on Business" staff has been cited four times in the past six years by the Michener award committee, underscoring the credibility of our business journalism on Bay Street and beyond.

Report on Business Television provides the most aggressive and unbiased business journalism you will find in Canada. We do not see its role as promoting business — our own or anyone else's — but rather as covering business. That is why, for example, the ROB has been at the forefront on governance issues with our annual "Corporate Governance Report" in the paper and our "Corporate Social Responsibility Report" in the magazine. Part of our responsibility is to promote a fair and transparent marketplace, a critical precondition of a strong economy.

High quality journalism does not come cheap. The willingness to make these investments begins with supportive shareholders who understand that *The Globe and Mail* is not any old business, but one that fulfills an important public service function. We are a

Permettez-moi de vous fournir quelques exemples. En 2003, nous avons ouvert un nouveau bureau en Afrique, avec la journaliste Stephanie Nolen. Je pense qu'il serait juste de dire que le travail primé de Mme Nolen a aidé à mieux sensibiliser les Canadiens aux graves défis sur les plans santé et développement auxquels se trouve confronté le continent le plus pauvre du monde.

Nous avons également récemment élargi notre présence en Colombie-Britannique, notre deuxième marché en importance. Les Britanno-Colombiens nous disent à répétition qu'ils considèrent qu'il y a une trop forte concentration des médias dans leur marché. Nous comptons mieux y desservir nos lecteurs existants et potentiels.

Nous avons lourdement investi dans des projets journalistiques d'envergure dont nous pensons qu'ils aideront les Canadiens à comprendre et leur héritage et l'avenir qui se presse aux portillons. Quelques exemples sont notre couverture du Jour du Souvenir, et des anniversaires du Jour-J et du Jour de la Victoire en Europe, notre série « New Canada » et notre édition spéciale « China Rising ».

Nous appuyons un tandem de journalistes acharnés d'Ottawa dans leur poursuite du scandale des commandites, qu'ils mènent depuis cinq ans déjà. Daniel Leblanc et Campbell Clark ont livré un important service public grâce à leur travail d'enquête, et le mois dernier *The Globe and Mail* s'est vu attribuer le prix Michener pour service public méritoire dans le domaine des médias.

Pour chacune des six dernières années, nous avons été en tête de liste ou ex æquo au premier rang pour les nominations au Concours national de journalisme. Nous avons récemment reçu une rare médaille d'or de la prestigieuse Society of Newspaper Design pour la meilleure utilisation de la photographie parmi tous les journaux du monde. En plus d'avoir remporté le grand prix cette année dans le cadre des prix Michener, le travail de notre équipe de « Report on Business » s'est quatre fois au cours des six dernières années vu décerner une mention par le Comité des prix Michener, soulignant la crédibilité de notre journalisme sur les affaires à Bay Street et au-delà.

La Report on Business Television offre les reportages sur le monde des affaires les plus agressifs et les plus objectifs que vous puissiez trouver au Canada. Nous ne considérons pas que son rôle soit de promouvoir les affaires — les nôtres ou celles de quiconque — mais plutôt de couvrir le monde des affaires. C'est pourquoi le ROB a par exemple été au premier rang s'agissant de questions de gouvernance avec notre « Corporate Governance Report » annuel dans le journal et notre « Corporate Social Responsibility Report » dans la revue. Une partie de notre responsabilité est de promouvoir un marché juste et transparent, condition préalable essentielle à une économie forte.

Le journalisme de qualité élevée n'est pas bon marché. Le désir de consentir les investissements requis commence avec des actionnaires favorables qui comprennent que *The Globe and Mail* n'est pas n'importe quelle entreprise, mais bien une société

profit-making enterprise, but one with a bedrock appreciation that good journalism is good business.

Our shareholders do not intervene in the editorial positions of *The Globe and Mail*. They appoint the publisher, who appoints the editor. The Thomson family is famous for leaving journalists to do their job without fear or favour. This philosophy is transposed into Bell Globemedia, jointly owned by Bell Canada Enterprises and the Thomson family.

We have aggressively covered various business events involving BCE, notably the controversy regarding the handling of its Teleglobe Inc. subsidiary. These stories would not have been pleasant for BCE executives, but they neither intervened nor attempted to intervene. As for our corporate cousins at CTV, we review their programs in the same manner as those on Global or CBC. Our letters to the editor page has featured several missives from CTV executives criticizing aspects of our coverage.

This committee is concerned with the issue of cross-media ownership. *The Globe and Mail* shares the same corporate owners as CTV News. However, my mandate is clear: To always act in the best interests of *The Globe and Mail*. Some of our bureaux are co-located with CTV. Even where offices are co-located, we operate two bureaux with discrete staffs and leadership.

The only formal area of editorial partnership is our political polling, a relationship that predates our current ownership structure. Sometimes we poll in conjunction with *La Presse* or CFRB radio as well. Our journalists often appear on CBC TV and CBC Radio programs as well as on TVO and CTV.

While we are not captives of convergence, we see benefits in our cross-ownership structure. Many of these exist on an informal, grassroots level. A number of instances exist where *The Globe and Mail* and CTV journalists have teamed up in the belief that they could enhance the quality of their journalism. A notable example was the extraordinary work of CTV health reporter Avis Favaro and *Globe* health reporter André Picard on trans fats. Their reporting galvanized Canadians and led a number of industry players to alter the ingredients in their processed foods.

While our news decisions are made independently, oftentimes we benefit from shared intelligence gathering. Such was the case recently when Katherine Harding *The Globe's* correspondent in Edmonton learned from local CTV colleagues of a shooting in rural Alberta. This tip gave her an important jump in reporting the story of the four slain RCMP. Readers ended up with superior coverage as a result.

qui joue un important rôle de service public. Nous sommes une entreprise à but lucratif, mais une entreprise qui repose sur la reconnaissance que bon journalisme est synonyme de bonnes affaires.

Nos actionnaires n'interviennent pas dans les positions rédactionnelles du *Globe and Mail*. Ils nomment l'éditeur, qui nomme à son tour le rédacteur en chef. La famille Thomson a la réputation de laisser les journalistes faire leur travail sans crainte ni favoritisme. Sa philosophie se trouve transposée dans Bell Globemedia, détenue en copropriété par les Entreprises Bell Canada et la famille Thomson.

Nous avons fait une couverture agressive de différents événements commerciaux intéressant les EBC, notamment la controverse quant au traitement accordé à sa filiale Téléglobe Inc. Ces histoires n'ont pas dû être agréables pour les cadres des EBC, mais ceux-ci ne sont pas intervenus ni n'ont tenté d'intervenir. Quant à nos cousins chez CTV, nous examinons leurs programmes de la même façon que nous nous penchons sur ceux de Global ou de CBC. Notre page courrier des lecteurs a mis en vedette plusieurs missives de cadres de CTV critiquant certains aspects de notre couverture.

Le comité ici réuni se penche sur la question de la propriété croisée des médias. *The Globe and Mail* a les mêmes propriétaires que CTV News. Cependant, mon mandat est clair : toujours agir dans l'intérêt de *The Globe and Mail*. Certains de nos bureaux sont partagés avec CTV. Là où nous avons un bureau commun, nous exploitons chacun de notre côté notre service avec une équipe et un leadership distincts.

Le seul volet formel de partenariat rédactionnel est celui des sondages politiques, et il s'agit là d'une relation qui est antérieure à notre actuelle structure de propriété. Nous menons parfois des sondages conjointement avec *La Presse* ou la radio CFRB. Nos journalistes participent souvent à des émissions de CBC TV et de CBC Radio, ainsi que de TVO et de CTV.

Bien que nous ne soyons pas captifs de la convergence, nous croyons que notre structure de propriété croisée présente certains avantages. Nombre d'entre eux existent à un niveau informel, à la base. Il est souvent arrivé que des journalistes du *Globe and Mail* et de CTV fassent équipe ensemble dans la croyance que cela améliorera la qualité de leur journalisme. Un exemple notable a été le travail extraordinaire d'Avis Favaro, chroniqueuse santé de CTV, et André Picard, chroniqueur santé de *Globe*, sur les gras trans. Leur reportage a galvanisé les Canadiens et amené plusieurs joueurs dans l'industrie à modifier les ingrédients entrant dans la composition de leurs aliments transformés.

Bien que nos décisions en matière d'actualité soient prises de façon indépendante, c'est souvent que nous bénéficions de services de cueillette d'information communs. Tel a été le cas récemment lorsque Katherine Harding, la correspondante du *Globe* à Edmonton, a appris auprès de collègues locaux de CTV qu'il y avait eu une tuerie en région rurale albertaine. Ce renseignement lui a donné une grosse longueur d'avance en vue de son reportage sur les quatre membres de la GRC qui avaient été abattus. C'est ainsi que les lecteurs ont pu bénéficier d'une couverture supérieure.

In that case and in others, such as the 2003 summer fires around Kelowna, we have gained access as well to visual information thanks to CTV helicopters and camera operators. It is always *The Globe and Mail's* choice which stories to cover, but our partnership with a large network of broadcast journalists gives us the ability to compete on a more level playing field with chain newspapers.

The key point is that it is always *The Globe and Mail's* choice. Our reporters and editors decide what is best for us and our readers.

Rather than inhibiting our ability to act in the interests of our readers, cross-ownership has enhanced that ability. This is true of our current operations but could be even more so as the Internet evolves in indeterminate ways. One of the most exciting aspects of my job as a journalist is to try to figure out how to tap the unique characteristics of the Internet for the benefits of news consumers. The ability to work closely with a broadcast partner may well prove indispensable in helping us find the answers.

I have spoken of how our shareholders support our freedom to practice our craft as we see fit, and our unwavering commitment to press freedom extends to our relationship with government. The free flow of information is integral to the functioning of a democratic state. The principles of free press and democracy are inseparable. That is why press freedom was enshrined in the Canadian Charter of Rights in 1982.

History shows us that in any conflict with the press, governments will be tempted to use their powers, large and small, to protect their own interests in the name of the public interest. That is the lesson from the Pentagon Papers on down.

Today in Canada, our ability to report the news is often encumbered by the misapplication of access to information laws or the overzealousness of privacy laws. We are also disturbed by a trend of some elements of the judiciary to the increased use of publication bans and even secret proceedings. *The Globe and Mail* regularly intervenes to keep the arteries of information flowing.

We must always be mindful to resist the siren call of government intervention in the newsrooms of the nation no matter how well intentioned. The marketplace is the best place to sort out perceived shortcomings of any media company or news organization. If a media outlet is not delivering the goods, readers or viewers will make their views known.

The Globe and Mail has no fear of being judged in the marketplace. If we fail to serve those Canadians, they will let us know. If our competitors fail to serve them, readers will let them know.

Dans ce cas-là et dans d'autres, comme par exemple les incendies d'été de 2003 autour de Kelowna, nous avons également eu accès à des informations visuelles grâce aux hélicoptères et aux caméramans de CTV. C'est toujours *The Globe and Mail* qui choisit quelles nouvelles couvrir, mais notre partenariat avec un vaste réseau de journalistes de radiodiffusion nous offre la possibilité de concurrencer les journaux de chaîne sur un terrain de jeu beaucoup plus égal.

L'élément important ici est que c'est toujours le choix du *Globe and Mail*. Nos reporters et rédacteurs décident de ce qui est mieux pour nous et mieux pour nos lecteurs.

Au lieu d'entraver notre capacité d'agir dans l'intérêt de nos lecteurs, la propriété croisée l'a en fait améliorée. Cela est vrai de nos opérations actuelles mais pourrait l'être davantage encore à l'avenir au fur et à mesure de l'évolution imprévisible de l'Internet. L'un des aspects les plus excitants de mon travail de journaliste consiste à essayer de puiser dans les caractéristiques uniques de l'Internet en vue de mieux servir de nouveaux clients. La capacité de travailler plus étroitement avec un partenaire de la radiodiffusion pourrait fort bien devenir indispensable pour nous aider à trouver les solutions.

J'ai parlé de la façon dont nos actionnaires appuient notre liberté d'exercer notre métier comme nous l'entendons, et notre engagement inébranlable à l'égard de la liberté de la presse s'étend à notre relation avec le gouvernement. Le libre mouvement d'information est un élément essentiel du fonctionnement d'un État démocratique. Les principes de la liberté de la presse et de la démocratie sont inséparables. C'est pourquoi la liberté de la presse a été enchâssée dans la Charte canadienne des droits et libertés en 1982.

L'histoire nous montre que dans le cadre de tout conflit avec la presse, les gouvernements seront tentés d'utiliser leurs pouvoirs, petits et grands, pour protéger leurs propres intérêts au nom de l'intérêt public. C'est la leçon que l'on nous livre depuis les *Pentagon Papers*.

Aujourd'hui, au Canada, notre capacité de rapporter les nouvelles est souvent entravée par la mauvaise application des lois en matière d'accès à l'information ou par un excès de zèle s'agissant des lois en matière de protection de la vie privée. Nous sommes également troublés par la tendance de certains éléments de l'appareil judiciaire de recourir de plus en plus aux interdictions de publication voire même aux procédures tenues en secret. *The Globe and Mail* intervient régulièrement en vue de maintenir ouvertes les artères de l'information.

Il nous faut toujours veiller à résister à la sirène de l'intervention gouvernementale dans les salles de presse du pays, aussi bonnes soient les intentions visées. C'est le marché qui est le meilleur endroit pour faire le tri des lacunes perçues de toute entreprise médiatique ou de nouvelles. Si un service médiatique ne livre pas la marchandise, les lecteurs ou les téléspectateurs feront connaître leurs opinions.

The Globe and Mail n'a aucune crainte d'être jugé sur le marché. Si nous ne parvenons pas à servir les Canadiens, ils nous le feront savoir. Si nos concurrents ne parviennent pas à les servir, les lecteurs le leur feront savoir.

We are certainly mindful of our responsibilities: To report fairly and accurately and to provide a range of viewpoints on issues of public importance. We take great pride in the fact that *The Globe and Mail* has a strong reputation for authority and integrity. It is an inheritance passed down through the generations, and one we will not jeopardize in our own.

Our readers speak to us in a variety of ways, including 200 to 300 letters to the editor every day. We are a member of the Ontario Press Council and, as such, are subject to public complaints and judgments against us, which we are obliged to publish. We run corrections on page two of the paper every day. We maintain a formal code of conduct, which is publicly available in *The Globe and Mail* style book. Our code explicitly states that:

The Globe and Mail will seek to provide reasonable accounts of competing views in any controversy so as to enable readers to make up their own minds.

Indeed, we actively invite a diversity of voices into our comment pages. We reject the notion of some newspapers that use opinion pages to reinforce the political opinions of the proprietors. Our comment pages and our editorial space are under the command of different editors, both reporting to the editor-in-chief. The mandate of one is to express the considered opinions of the editorial board; the mandate of the other is to ensure that we promote a lively exchange of different perspectives and viewpoints.

On our comment page, you will find an enormous range of voices speaking from every corner of the country and around the globe. In the past year alone, you will have read Robert Bateman and David Suzuki, the Aga Khan and Prince Hassan of Jordan, Anne Golden and Fraser Mustard, Jeffrey Sachs and Danny Williams, Sheema Khan and Lorna Dueck, Rami Khouri and Shira Herzog, to name just a few. They have argued everything from the merits of the Kyoto Protocol to the folly of climate change, from ways to reform the United Nations to the reasons it should be abolished, from the inviolability of traditional marriage to the case for same-sex weddings.

The Globe and Mail's independence is not in any way compromised by our ownership structure. Indeed, the opposite is true. Our owners have invested heavily in journalist quality and have not intervened in editorial decisions.

While owned by Bell Globemedia, *The Globe and Mail* is mandated to operate in its own best interests. It is a model of the right kind of convergence, one that allows for combining strengths as make sense rather than homogenizing content, limiting points of view and dulling independent thought.

Nous sommes en tout cas très sensibles à nos responsabilités : rapporter l'actualité de façon juste et exacte et offrir une gamme de points de vue sur les questions d'importance publique. Nous sommes très fiers du fait que *The Globe and Mail* ait une solide réputation s'agissant de son autorité et de son intégrité. Il s'agit d'un héritage qui nous été transmis à travers les générations et que nous n'allons pas mettre en péril pendant la nôtre.

Nos lecteurs s'adressent à nous de diverses façons, y compris à travers les 200 à 300 lettres au rédacteur que nous recevons chaque jour. Nous sommes membres du Conseil de presse de l'Ontario et, en tant que tel, sommes assujettis aux plaintes et jugements déposés par le public contre nous et que nous avons pour obligation de publier. Nous publions chaque jour à la deuxième page du journal les rectificatifs qui s'imposent. Nous maintenons un code de conduite formel, qui est disponible dans le guide stylistique du *Globe and Mail*. Notre code dit explicitement ce qui suit :

The Globe and Mail cherchera à livrer des comptes rendus raisonnables d'opinions opposées dans toute controverse, ce afin de permettre aux lecteurs de décider pour eux-mêmes.

En effet, nous invitons activement l'expression d'une diversité d'opinions dans nos pages commentaires. Nous rejetons la notion qu'ont certains journaux qui utilisent les pages d'opinions pour renforcer les opinions politiques des propriétaires. Nos pages commentaires et nos éditoriaux relèvent de rédacteurs différents qui rendent compte tous les deux au rédacteur en chef. Le mandat de l'un est d'exprimer les opinions réfléchies du comité de rédaction tandis que le mandat de l'autre est de veiller à ce que nous favorisions un échange dynamique de perspectives et de points de vue différents.

Vous trouverez sur notre page commentaires une vaste gamme de voix de tous les coins du pays et de partout dans le monde. Au cours de la seule année écoulée, vous aurez pu y lire Robert Bateman et David Suzuki, l'Aga Khan et le Prince Hassan de Jordanie, Anne Golden et Fraser Mustard, Jeffrey Sachs et Danny Williams, Sheema Khan et Lorna Dueck, Rami Khouri et Shira Herzog, pour ne citer que quelques exemples. Ces intervenants auront parlé de tout, allant des mérites du Protocole de Kyoto au ridicule du changement climatique, de moyens à mettre en œuvre pour réformer les Nations Unies aux raisons pour lesquelles il faudrait les abolir, en passant par l'inviolabilité du mariage traditionnel et un plaidoyer en faveur des mariages de personnes de même sexe.

L'indépendance du *Globe and Mail* n'est d'aucune façon compromise par notre structure de propriété. C'est en fait tout le contraire. Nos propriétaires ont beaucoup investi en la qualité journalistique et ne sont pas intervenus dans les décisions rédactionnelles.

Bien qu'étant la propriété de Bell Globemedia, *The Globe and Mail* a pour mandat d'œuvrer en fonction de ses intérêts. C'est un modèle du bon genre de convergence, qui permet de combiner les forces qui existent de façon logique plutôt que d'homogénéiser le contenu, de limiter les points de vue et d'étouffer la réflexion indépendante.

Unlike many other Canadian dailies, *The Globe and Mail* does not operate in a quasi- or full-monopoly market. As Canada's national newspaper, it competes in markets throughout the country, offering a unique alternative to other media outlets.

The growth of the Internet will almost certainly enhance a diversity of media voices, but the development of the potential of the Internet will require experimentation and investment. The bringing together of different journalistic orientations should fertilize the creative process.

The Globe and Mail is a forum for a wide diversity of voices and points of view. It encourages debate in its opinion pages. It does not practice a rigid house orthodoxy on issues by banishing unwanted points of view from its pages. Rather, it actively seeks out alternative perspectives.

A free press can only thrive in a free marketplace.

My colleagues and I will be happy to respond to your questions.

The Chairman: Thank you, and thank you also for bringing your code of conduct. That is always handy to have.

Senator Tkachuk: Thank you. In our study, one of the key areas that we are looking at is the issue of convergence. Why is Mr. Sabia, the owner and chief executive officer of BCE, who was invited, not here with you?

Mr. Greenspon: Senator, as you will appreciate, that is a decision that I do not know very much about at all. Mr. Sabia does not get involved in my affairs, which I appreciate, and I do not get involved in his affairs. I know I was asked by the committee to come and I was happy to come.

Senator Tkachuk: In our study of convergence, would not the obvious people for us to talk to be the people who have instigated and organized the convergence, that is, the owners of BCE, who own CTV and *The Globe and Mail*?

They have been reluctant to come. This reluctance, I might say, chairman, is not unique to BCE, but it has been unique to the owners of CanWest. I do not think it is a good thing, but I do not know.

Do you not believe that these people would have been good people for us to talk to concerning convergence?

Mr. Greenspon: I would like to think that if you want to talk convergence, that we will add some value to the discussion.

Senator Tkachuk: I am not saying you will not, but we would like to see those people as well.

Mr. Greenspon: Ultimately, the benefits that we will see from new technologies in delivering product that is useful and helpful to people, will be the creation of journalists. It is hard for me to speak to why anybody has or has not come before the committee other than my colleagues and me.

Au contraire de nombreux autres quotidiens, *The Globe and Mail* ne fonctionne pas à l'intérieur d'un marché quasi ou pleinement monopolistique. En tant que quotidien national du Canada, il livre concurrence sur tous les marchés du pays, offrant une solution de rechange unique à d'autres produits médiatiques.

La croissance de l'Internet viendra presque certainement augmenter la diversité des voix dans les médias, mais l'exploitation du potentiel de l'Internet exigera expérimentation et investissement. Le rassemblement d'orientations journalistiques différentes devrait fertiliser ce processus créatif.

The Globe and Mail est une tribune pour une vaste diversité de voix et de points de vue. Il encourage le débat dans ses pages d'opinions. Il ne pratique pas une orthodoxie maison rigide en bannissant de ses pages les opinions indésirées. Au contraire, il recherche activement des perspectives autres.

Une presse libre ne peut s'épanouir que dans un marché libre.

Mes collègues et moi nous ferons un plaisir de répondre à vos questions.

Le président : Merci, et merci également d'avoir apporté votre code de conduite. C'est toujours une bonne chose d'avoir cela sous la main.

Le sénateur Tkachuk : Merci. Dans le cadre de notre étude, l'une des questions clés sur lesquelles nous nous penchons est celle de la convergence. Pourquoi M. Sabia, propriétaire et président-directeur général des EBC, qui a été invité, n'est-il pas ici avec vous?

M. Greenspon : Sénateur, comme vous le comprendrez, il s'agit là d'une décision dont je ne sais pas grand-chose. M. Sabia ne s'occupe pas de mes affaires, ce que j'apprécie, et je ne m'occupe pas des siennes. Je sais que le comité m'a demandé de venir et j'étais heureux de venir.

Le sénateur Tkachuk : Dans le cadre de notre étude sur la convergence, des participants évidents n'auraient-ils pas été ceux et celles qui ont étudié et organisé la convergence, c'est-à-dire les propriétaires des EBC, qui possèdent CTV et *The Globe and Mail*?

Ils se sont montrés réticents à venir. Je dirais même, madame la présidente, que cette réticence n'est pas unique aux EBC, mais qu'elle a été unique aux propriétaires de CanWest. Je ne pense pas que ce soit une bonne chose, mais je ne sais pas.

Ne pensez-vous pas qu'il aurait été bon que nous discussions avec ces personnes de convergence?

M. Greenspon : Je me plais à croire que si vous voulez parler convergence, nous pourrions contribuer utilement à la discussion.

Le sénateur Tkachuk : Je ne dis pas le contraire, mais nous aimerions rencontrer ces personnes également.

M. Greenspon : En bout de ligne, les avantages que nous verrons avec le recours à de nouvelles technologies pour livrer un produit qui soit utile aux gens seront le fait de journalistes. Il est difficile pour moi de dire pourquoi quelqu'un, en dehors de mes collègues et de moi-même, a ou n'a pas comparu devant le comité.

If convergence is an issue in which you are interested, we can tell you how it is developing in *The Globe and Mail* world.

Senator Tkachuk: I like *The Globe and Mail*. It is a great newspaper not only in the Canadian context but in the world context. I am not just trying to be nice. I am trying to tell you what I think.

When you became part of this, were there changes made? In the beginning, how did *The Globe and Mail* approach its relationship with CTV? Were there layoffs? Was there a wall put up so you could cover each other? How do those decisions take place? Does the management of both *The Globe and Mail* and CTV make the decisions together? How does all this happen?

Mr. Greenspon: At the time, I was here in Ottawa. I was not the editor-in-chief of *The Globe and Mail* at that time, but I think we all understood that we had our own interests to serve, and there would not be a forced march to uniformity but that there would be certain benefits.

I speak from my perspective. Craig Oliver, who was running the CTV Ottawa bureau and I exchanged information perhaps more freely than we might have previously. All journalists on the hill have their informal relationships in any case, but now we had some structure. Mr. Oliver might give me a heads-up on a story that was coming that evening. It usually worked more that way than the other way, unfortunately.

As well, we collocated. We moved into a bureau together, but it was very clear that we would not merge our management, that *The Globe and Mail* bureau was separate, even in its space, from CTV in that collocation. There is a division. Some people were concerned that their stories might get on the national news before they could get it into the pages of *The Globe and Mail*.

We made distinctions to serve our best interests and for CTV to serve theirs, and where we could have some mutual benefit, we had that mutual benefit. As I said, we already had a polling relationship. We had worked with CTV previously as we had years before with CBC in a polling relationship.

Senator Tkachuk: Do you still compete for news with CTV?

Mr. Greenspon: Yes.

Senator Tkachuk: That has not been affected? You mentioned Craig Oliver.

Mr. Greenspon: The sponsorship scandal coverage would be one example of that. *The Globe and Mail* has to offer something of value every morning. It cannot just offer anyone's warmed over TV news from the night before. Something of value comes in the form, of unique news, unique perspectives, viewpoints and analysis. There are many different ways to get at that point.

Si la convergence est une question que vous intéresse, nous pouvons vous dire de quelle façon elle évolue dans le monde du *Globe and Mail*.

Le sénateur Tkachuk : J'aime *The Globe and Mail*. C'est un journal formidable, non seulement dans le contexte canadien, mais dans le contexte mondial. Et je ne dis pas cela pour être gentil. Je m'efforce de vous dire ce que je pense.

Lorsque vous vous êtes joint au journal, ces changements avaient-ils été apportés? Au début, de quelle façon *The Globe and Mail* a-t-il abordé sa relation avec CTV? Y a-t-il eu des mises à pied? A-t-on érigé un mur afin que vous puissiez vous couvrir les uns les autres? De quelle façon ces décisions sont-elles prises? Les directions de *The Globe and Mail* et de CTV prennent-elles des décisions ensemble? Comment tout cela fonctionne-t-il?

M. Greenspon : À l'époque, j'étais ici à Ottawa. Je n'étais à l'époque pas rédacteur en chef du *Globe and Mail*, mais je pense que nous comprenions tous que nous avions nos propres intérêts à servir et qu'il n'y aurait pas une marche forcée vers l'uniformité, mais plutôt un certain nombre d'avantages.

Je parle ici de mon point de vue. Craig Oliver, qui gérait le bureau d'Ottawa de CTV, et moi-même échangeons peut-être des informations plus librement que nous ne l'aurions fait précédemment. De toute façon, tous les journalistes sur la colline ont leurs relations informelles, mais nous avions tout d'un coup une certaine structure. Il arrivait que M. Oliver m'avertisse d'une histoire qui allait sortir dans la soirée. En règle générale, c'est dans ce sens, malheureusement, que cela fonctionnait.

Nous partageons d'autre part un bureau. Nous nous sommes installés dans un bureau ensemble, mais il était très clair que nous n'allions pas fusionner nos administrations, que le bureau du *Globe and Mail* allait être distinct, même dans son espace, de celui de CTV. Alors que nous nous trouvions dans les mêmes locaux, il y avait une division. D'aucuns craignaient que leurs histoires se retrouvent dans le bulletin national avant d'être publiées dans *The Globe and Mail*.

Nous avons établi des distinctions pour servir nos intérêts et pour que CTV serve les siens, et là où il pouvait y avoir un avantage réciproque, alors c'était le cas. Comme je l'ai dit, nous avions déjà une relation s'agissant des sondages d'opinions. Nous avons travaillé antérieurement avec CTV, comme nous l'avions fait des années auparavant avec CBC, aux fins de sondages.

Le sénateur Tkachuk : Êtes-vous toujours en concurrence pour les nouvelles avec CTV?

M. Greenspon : Oui.

Le sénateur Tkachuk : Cela n'a pas été touché? Vous avez mentionné Craig Oliver.

M. Greenspon : La couverture du scandale des commandites en serait un exemple. *The Globe and Mail* doit offrir quelque chose de valable chaque matin. Le journal ne peut tout simplement pas livrer une version réchauffée des nouvelles télévisées de la veille au soir. La valeur est une chose qui vient de nouvelles uniques, de perspectives uniques et de points de vue et d'analyses. Il y a

Probably the sharpest and best way is to have a good old-fashioned scoop, and we very much preserve our ability to do that. That is an important aspect of picking up your paper in the morning.

Senator Tkachuk: We had some discussion on the fact that most of the newspapers that do not belong to broadcast companies really do not have any sort-of government intervention. Broadcasters are used to being regulated. They have to appear before the CRTC. They have to make application. They have to justify their existence every five years. I am not sure whether any of that matters, because none of them are turned down. Nevertheless, they have to perform that procedure.

Do you believe that you cover all the regulatory environments as critically as you did before the convergence?

Mr. Greenspon: Yes, I do. We have an unwritten contract with our readers that goes to the heart of *The Globe and Mail* as a quality newspaper. Our readers will know in a minute if we are not acting in their best interests, if we have someone else's interests at heart.

As I say, we are a growing proposition in a marketplace for newspapers that has been shrinking. Our great value proposition is that we have authority and integrity. Our owners, the other editors of the paper and I will not risk our reputation for authority on any story of the sort to which you refer. The proof is in the pudding. The proof is in the coverage that we gave to BCE's problems in the period from two to four years ago when they were having great difficulties. We review CTV programming. We get letters to the editor occasionally from the vice-president of programming at CTV or the vice-president of communications at CTV.

Mr. Patrick Martin, Comment Editor, *The Globe and Mail*: I might add that columnists such as Eric Reguly in "Report on Business" speak plainly, when it comes to dealing with Michael Sabia himself or others. He pulls no punches in this area.

"Report on Business" is a model in its coverage of the industry, and our television columnists have not shied away at all, nor have they been asked to, from the coverage of the television season. You will see on any given day comments that have elicited a number of letters from the various vice-presidents critical of that point of view, or at least putting forward a different point of view. We see that as a mark of our independence.

Senator Tkachuk: Has the news desk of *The Globe and Mail* and, to your knowledge, other major papers made a decision that the Senate is irrelevant? You never cover it.

Mr. Greenspon: No, we actually have not had that discussion.

Senator Tkachuk: You might now, though.

quantité de façons différentes d'en arriver là. Peut-être que le moyen le meilleur et le plus fûté d'en arriver là est le bon vieux scoop, et nous tenons beaucoup à préserver cette capacité que nous avons. C'est là un aspect important du journal qu'on ramasse le matin.

Le sénateur Tkachuk : Nous avons eu des discussions au sujet du fait que la plupart des journaux qui n'appartiennent pas à des entreprises de radio-télédiffusion ne vivent en vérité aucune intervention gouvernementale. Les radio-télédiffuseurs ont l'habitude d'être réglementés. Il leur faut comparaître devant le CRTC. Il leur faut faire des demandes de licence. Il leur faut justifier leur existence tous les cinq ans. J'ignore si tout cela compte, car aucune d'entre elles ne se voit refuser. Cependant, il leur faut se soumettre à ce mode de fonctionnement.

Croyez-vous que vous couvrez tous les environnements de réglementation de façon aussi critique qu'avant la convergence?

M. Greenspon : Nous avons avec nos lecteurs un contrat non écrit qui va au cœur même du *Globe and Mail* en tant que journal de qualité. Nos lecteurs le savent instantanément si nous n'agissons pas dans leur intérêt, si nous avons d'autres intérêts que les leurs à cœur.

Comme je le disais, nous sommes un joueur en croissance dans un marché de quotidiens qui va rétrécissant. La grande valeur que nous pouvons offrir est que nous avons du poids et de l'intégrité. Nos propriétaires, les autres rédacteurs du journal et moi-même n'allons pas risquer notre réputation sur une histoire du genre auquel vous songez. C'est au fruit qu'on juge l'arbre. Notre fruit est la couverture que nous avons faite des problèmes des EBC il y a deux à quatre ans pendant la période où elles ont connu de grandes difficultés. Nous faisons des critiques de la programmation de CTV. Nous recevons à l'occasion pour la rubrique du courrier des lecteurs des lettres du vice-président de la programmation chez CTV ou du vice-président des communications de CTV.

M. Patrick Martin, éditeur responsable des commentaires, *The Globe and Mail* : J'ajouterais que les chroniqueurs comme Eric Reguly, dans « Report on Business », parlent clairement, s'agissant de traiter de Michael Sabia lui-même ou d'autres. Il ne ménage personne.

« Report on Business » est un modèle pour sa couverture de l'industrie, et nos chroniqueurs télévision n'ont jamais essayé de s'esquiver en ce qui concerne la couverture de la saison de télévision, et on ne les y a jamais invités non plus. Vous trouverez n'importe quel jour des commentaires ayant donné lieu à un certain nombre de lettres des différents vice-présidents, critiquant l'opinion énoncée ou en tout cas en exprimant une autre. Nous voyons là une marque de notre indépendance.

Le sénateur Tkachuk : La salle de rédaction de *The Globe and Mail* et, à votre connaissance, celles d'autres grands journaux ont-elles décidé que le Sénat est sans pertinence? Vous ne le couvrez jamais.

M. Greenspon : Non, nous n'avons en réalité pas eu cette discussion.

Le sénateur Tkachuk : Mais vous pourriez l'avoir maintenant.

Mr. Greenspon: It is an interesting question, but we have not had the discussion. There are important junctures at which the Senate has shown itself to be very relevant. I think of certain inquiries that the Senate has made. I think back to the Pearson airport inquiry, which I think you may have been part of, Senator Tkachuk.

Senator Tkachuk: I was a part of the inquiry.

Mr. Greenspon: The Senate has to fight for news space along with all of the other stories out there, and this week perhaps the House of Commons is winning that fight, but there is no conscious decision on our part not to cover the business of the Senate.

The Chairman: As an addendum to Senator Tkachuk's question about Mr. Sabia, I would observe, for the record, that the publisher of *The Globe and Mail* also has chosen not to appear before this committee and did so via you, Mr. Greenspon, in a letter very elegantly phrased, as I recall. It simply said he would not be available — not that he would not be available on a given date, just that he would not be available.

We will end up having to ask you some questions that would normally be more properly directed to the publisher, but since you stand in his stead, welcome.

Senator Johnson: It is nice to see you all this evening. I commend you on your many accomplishments. I think you have a terrific newspaper. I am very impressed with some of the newer things you are doing, like the work of Stephanie Nolen. Her work is excellent, and many young people I know are learning a tremendous amount from her form of journalism. Good journalism is good business.

You said:

One of the most exciting aspects of my job as a journalist is to try to figure out how to tap the unique characteristics of the Internet for the benefits of news consumers.

Please elaborate on that statement.

Mr. Greenspon: I will elaborate as much as I feel comfortable with the presence in the room of a CanWest executive.

The Chairman: I should point out that this hearing is open to anyone who wants to attend. You do understand that.

Mr. Greenspon: I do, senator.

I was the launch editor of globeandmail.com in June 2000. I was not an Internet buff in any way, shape or form, just a journalist asked to do this as an assignment. It immediately became apparent that it is a unique medium with extraordinarily unique properties. It is not just a combination of newspapers and television. It can do much of what print can do, although not everything. It can probably do everything that television can do.

M. Greenspon : C'est une question intéressante, mais nous n'avons pas eu cette discussion. Il y a eu d'importants carrefours auxquels le Sénat s'est montré très pertinent. Je songe à certaines enquêtes menées par le Sénat. Je pense par exemple à l'enquête sur l'aéroport Pearson, à laquelle vous avez peut-être participé, sénateur Tkachuk.

Le sénateur Tkachuk : J'y ai participé.

M. Greenspon : Le Sénat doit lutter pour de la place dans les journaux à côté de toutes les autres histoires, et cette semaine, c'est peut-être la Chambre des communes qui est en train de gagner, mais il n'y a aucune décision consciente de notre part de ne pas couvrir les travaux du Sénat.

Le président : Pour enchaîner sur la question du sénateur Tkachuk au sujet de M. Sabia, je soulignerai aussi, aux fins du procès-verbal, que l'éditeur du *Globe and Mail* a choisi de ne pas comparaître devant le comité, et il nous a signifié son refus par votre intermédiaire, M. Greenspon, dans une lettre qui, si je me souviens bien, a été rédigée dans une langue fort élégante. Il y disait simplement qu'il ne serait pas disponible pas qu'il ne serait pas disponible tel ou tel jour, mais simplement qu'il ne serait pas disponible.

Nous finirons par devoir vous poser certaines questions que nous aurions normalement adressées à l'éditeur, mais vu que vous le remplacez, alors bienvenue.

Le sénateur Johnson : Nous sommes heureux de vous voir tous ici ce soir. Je vous félicite de vos nombreuses réalisations. J'estime que vous avez un journal formidable. Je suis très impressionnée par certaines des nouvelles choses que vous faites, comme le travail de Stephanie Nolen. Son travail est excellent et de nombreux jeunes gens que je connais sont en train d'apprendre beaucoup de choses grâce à son type de journalisme. Le bon journalisme fait de bonnes affaires.

Vous avez déclaré :

L'un des aspects les plus excitants de mon travail en tant que journaliste est d'essayer de déterminer de quelle façon exploiter les caractéristiques uniques de l'Internet afin qu'elles bénéficient aux nouveaux consommateurs.

Pourriez-vous expliquer un peu cela.

M. Greenspon : Je vais expliquer, dans la mesure où je le peux, compte tenu de la présence dans la salle d'un cadre de CanWest.

Le président : Il me faudrait souligner que cette audience est ouverte à quiconque souhaite y assister. Vous comprenez cela.

M. Greenspon : Oui, sénateur.

J'étais le rédacteur de lancement de globeandmail.com en juin 2000. Je n'étais aucunement, sous quelque forme que ce soit, un mordu de l'Internet; j'étais un simple journaliste qui s'était vu attribuer cette tâche. Il est tout de suite devenu apparent qu'il s'agissait d'un médium unique présentant des propriétés extraordinairement uniques. Ce n'est pas juste une combinaison de journaux et de télévision. L'Internet peut faire beaucoup de ce

In addition, it has an immediacy that is more like radio and interactivity like nothing we have ever seen.

The sense of the relationship between an editor and a reader is changing. The kind of hierarchical gatekeeping type of function where the editor decides the news and the reader is a passive recipient of the editor's decision is passing. We live in a blogosphere world where readers engage with our columnists immediately. You have an email world. You have all sorts of different things going on. The Internet has phenomenal computing power, so you can build tools into it.

In the last election, we built tools that allowed people to look at different ridings and to slice up the history of voting. People can immediately look at stocks and make decisions concerning their investments. There are all kinds of possibilities when you bring that all together, if you are really creative and invent something that will be unique and powerful and will put power in the hands of the consumer more than the producer. That might be frightening to some producers, but I find it exciting.

Ms. Stead, Deputy Editor, *The Globe and Mail*: It is also limitless. That is one of the unique things about the Internet. For example, for people who are deeply interested in any subject we have covered, for instance, VE day, we can put up all of the *The Globe and Mail* front pages and all of the information that has come into us on that subject. There is no space requirement on the Internet as there is in television or in print.

Senator Johnson: We have had many witnesses before us talking about cultural diversity and ethnicity. What is the ethnic makeup of *The Globe and Mail's* newsroom?

Do you believe the lack of minorities in the mainstream media is a problem, and if so, what is the cause of this or what measures could have been taken to address this problem?

Many witnesses have told us that Canadian newsrooms are not representative of the general population because of the lack of visible or other minorities. Newspapers do not come under the Employment Equity Act, as it applies to broadcasters. It is part of our study in many dimensions and minorities.

Mr. Greenspon: The first thing that we have done — which does not directly answer the question in terms of personnel — that we thought we could do with the newspaper is make its pages more representative of the country as a whole in our story and photo selection. Our New Canada series is a statement that *The Globe and Mail* is not your grandfather's *Globe and Mail*. It is

que fait la presse écrite, mais pas tout. L'Internet peut sans doute faire tout ce que fait la télévision. En plus, il offre un caractère immédiat qui le fait ressembler davantage à la radio, et son interactivité ne ressemble à rien d'autre que nous ayons vu jusqu'ici.

La relation entre le rédacteur et le lecteur est en train de changer. Le genre de fonction hiérarchique de type gardien du temple, où c'est le rédacteur qui décide des nouvelles qui seront présentées et où le lecteur est le récipiendaire passif des décisions du rédaction, est en train de passer. Nous vivons dans un monde de cyber-chroniqueurs, dans une blogosphère où les lecteurs peuvent communiquer immédiatement avec nos journalistes. Nous vivons dans un monde de courriel. Il s'y passe quantité de choses différentes. L'Internet a une puissance informatique phénoménale, et vous pouvez donc y intégrer des outils.

Lors des dernières élections, nous avons élaboré des outils qui permettaient aux gens de surveiller la situation dans différentes circonscriptions et de découper les schémas de vote. Les gens peuvent suivre l'évolution de la valeur de leurs actions instantanément et prendre tout de suite des décisions sur leurs investissements. Il s'offre quantité de possibilités lorsque vous rassemblez tout cela, si vous êtes vraiment créatif et inventez quelque chose qui sera unique, puissant et qui mettra davantage de pouvoir aux mains du consommateur par opposition au producteurs. Cela est peut-être terrifiant pour certains producteurs, mais pour ma part je trouve cela excitant.

Mme Stead, éditrice déléguée, *The Globe and Mail* : C'est également illimité. C'est là l'une des caractéristiques uniques de l'Internet. Par exemple, pour les gens qui sont très intéressés par un quelconque sujet que nous avons couvert, par exemple, la Journée de la Victoire en Europe, nous pouvons afficher toutes les premières pages du *Globe and Mail* et toutes les informations qui nous sont venues sur le sujet. Il n'y a sur l'Internet, contrairement à la télévision ou à la presse écrite, aucune limite quant à l'espace occupé.

Le sénateur Johnson : De nombreux témoins nous ont parlé de diversité culturelle et d'ethnicité. Quelle est la composition ethnique de la salle de presse du *Globe and Mail*?

Pensez-vous que l'absence de minorités dans les médias grand public soit un problème et, dans l'affirmative, quelle en est la cause et quelles mesures ont été prises face au problème?

De nombreux témoins nous ont dit que les salles de presse canadiennes ne sont pas représentatives de la population générale à cause d'un manque de minorités visibles ou autres. Les journaux ne sont pas assujettis à la Loi sur l'équité en matière d'emploi, au contraire des radio-télédiffuseurs. Cela fait partie de notre étude, pour ce qui est de nombreuses dimensions et minorités.

M. Greenspon : La première chose que nous avons faite — ce qui ne répond pas directement à la question au sujet du personnel — que nous avons pensé pouvoir faire avec le journal est de faire en sorte que les pages soient plus représentatives du pays dans son entier côté sélection des photos et des reportages. Notre série « New Canada » est une déclaration que le *Globe and Mail*

a *Globe and Mail* that recognizes the extraordinary diversity of this country, particularly its urban areas. We put a lot of coverage into that and continue to put coverage into that section.

Like many organizations, we do not have an employee structure that is fully representative of the diversity of this country. We struggle with that, as many organizations are struggling to try to get that right, particularly given the rapid nature of the change that we have seen in the country. It is hard to keep up with that change. We very consciously are trying to hire, recruit, and nurture people in order to be more reflective because that is just good business too and makes sense for us to understand the predominant communities across the country of which there is many.

Ms. Stead: Ryerson University has been doing a study on this for the past few years and collecting data from a number of sources.

Senator Johnson: This testimony was from Mr. John Miller of Ryerson.

Ms. Stead: We certainly are increasing the representation, but Mr. Greenspon is right, we are not there yet. We are making efforts. We make efforts within our summer program and within hiring to do this. We have made several hires recently that reflect that representation.

There is also the story question as well, that even if you cannot fully reflect in terms of the people you can in terms of the stories. We have done New Canada and we have a full-time immigration reporter who writes about these issues of interest. Ms. Jan Wong just did a series on Chinatown. Ms. Petti Fong in Vancouver covers similar types of stories in Vancouver. Ms. Wong also spent a long time in a very interesting community in Toronto called Thorncliffe Park, where she explained that wonderful multi-cultural community to Canadians. Recently in Toronto we had a reporter and a photographer spend a month in Regent Park, which is also very ethnically diverse, not just to write a story, but to live there and experience the area first hand.

Mr. Martin: You will find in the op-ed page of *The Globe and Mail* and in many other pages, a wide variety of voices. On any given day, you will find people from all backgrounds and all different parts of the country. We are very proud of that fact. Yesterday, Mr. Joseph Wong spoke on the China-Japan issue. The Jewish and Muslim communities also have a home on our op-ed page and back page and various other ways within the newspaper.

d'aujourd'hui n'est pas le *Globe and Mail* de votre grand-père. C'est un *Globe and Mail* qui reconnaît la diversité extraordinaire de ce pays, surtout en région urbaine. Nous y avons mis beaucoup de couverture, et nous continuerons de le faire.

Comme c'est le cas de nombreuses organisations, nous n'avons pas une structure d'effectif qui soit pleinement représentative de la diversité du pays. Nous nous démenons avec cela, comme c'est le cas de beaucoup d'autres organisations qui essaient d'établir le bon mélange, étant donné surtout la nature rapide du changement que nous constatons dans le pays. Il est difficile d'en suivre le rythme. Nous nous efforçons très délibérément de faire du recrutement et de la promotion afin que notre personnel reflète mieux la population générale, car cela est également dans l'intérêt de nos affaires et il est logique pour nous de comprendre les principales communautés, et elles sont nombreuses, qui existent dans ce pays.

Mme Stead : L'Université Ryerson étudie cela depuis plusieurs années et compile des données auprès de sources diverses.

Le sénateur Johnson : Ces renseignements viennent de M. John Miller, de Ryerson.

Mme Stead : Nous augmentons certainement la représentation, mais M. Greenspon a raison, nous n'y sommes pas encore. Nous faisons des efforts. Nous faisons des efforts dans le cadre de notre programme d'été et dans le cadre de notre recrutement. Nous avons récemment recruté plusieurs personnes qui reflètent cette représentation.

Il y a également l'autre histoire : même si vous ne pouvez pas refléter pleinement la composition de la population au sein de votre personnel, vous le pouvez dans le cadre de vos reportages. Nous venons de faire la série New Canada et nous avons un journaliste qui se consacre à plein temps à l'immigration et qui traite de sujets intéressants en la matière. Mme Jan Wong vient tout juste de faire une série sur le quartier chinois. Mme Petti Fong, à Vancouver, fait des reportages semblables à Vancouver. Mme Wong a également passé une longue période de temps dans une communauté très intéressante de Toronto du nom de Thorncliffe Park, et elle a ainsi pu expliquer cette merveilleuse communauté multiculturelle aux Canadiens. Tout récemment, à Toronto, nous avons un journaliste et un photographe qui ont passé un mois à Regent Park, un autre quartier à composition ethnique très diverse, et leur but n'était pas simplement d'écrire une histoire, mais bien d'y habiter et de vivre eux-mêmes l'expérience.

M. Martin : Vous trouverez sur la page en regard de l'éditorial du *Globe and Mail* et sur de nombreuses autres pages toute une gamme de voix différentes. N'importe quel jour, vous y trouverez des personnes de tous les groupes ethniques et de toutes les régions du pays. Nous en sommes très fiers. Hier, M. Joseph Wong a parlé de la question sino-japonaise. Les communautés juive et musulmane sont également chez elles sur notre page en regard de l'éditorial, ainsi que sur la page arrière et ailleurs dans le journal.

On a personal note, I would like to indicate that *The Globe and Mail* suffers from what many institutions suffer. Many of our staff has been with us for quite some time. The changing nature of Canada is dramatic.

If you had asked about the ethnic makeup of this paper 25 years ago, you might wonder why there are not enough Italian and Greek and other voices. We have those voices now and we are trying to catch up to the other ones that need to be represented in the paper.

The Chairman: What is the proportion of women on your staff?

Ms. Stead: I do not know offhand, I would guess slightly less than half.

The Chairman: It is worth checking.

Ms. Stead: As Mr. Greenspon pointed out, in the 30 years that I have been at *The Globe and Mail* there has been a dramatic change from a handful of women journalists then, to about one-half now. It feels more or less equal.

The Chairman: My experience has been that people always overestimate. I am not saying it applies to you. There is a point somewhere between 15 per cent and 20 per cent at which people start to overestimate the number of women who are present in the workplace. When it gets to be 25 per cent, an astonishing number of people will say in all sincerity, that the number is 50/50. So, please do check.

Ms. Stead: Yes.

Senator Johnson: That also begs the question, as a national newspaper, what do you think your responsibility is in this respect? You cannot reflect everything. There are other newspapers. There are community and ethnic newspapers. I am trying to find how much of it is up to you, to be totally representative of all the minorities of Canada in your newspaper.

Mr. Greenspon: It is important for us because we are trying to speak to a country and we are trying to gain more readers and maintain our reputation of authority. If we do not understand the country and the important currents that are driving the country, that will not reflect very well on *The Globe and Mail*. People are living a reality in this country and if we are living a different reality that is not a good thing. We strive to understand the reality of the people who live in this country.

Indeed, each journalist who comes to the table with their ideas, as well as many outsiders, is an individual with children and school, with spouses and other businesses, they are living the Canadian reality themselves. They expect to see that reflected in the pages.

Sur une note personnel, maintenant, j'aimerais indiquer que le *Globe and Mail* souffre de ce dont souffrent de nombreuses institutions. Nombre de nos employés travaillent chez nous depuis longtemps. La nature changeante du Canada est dramatique.

Si vous m'aviez interrogé au sujet de la composition ethnique de l'équipe du journal il y a 25 ans, vous auriez peut-être été surpris qu'il n'y ait pas eu davantage de voix italiennes et grecques et autres. Nous avons aujourd'hui ces voix-là et nous nous efforçons maintenant de rattraper du côté de ces autres voix qui doivent être représentées au journal.

Le président : Quelle est la proportion des femmes parmi votre effectif?

Mme Stead : Je n'ai pas les chiffres exacts en tête, mais j'imagine que c'est un tout petit peu moins de la moitié.

Le président : Cela vaudrait la peine d'être vérifié.

Mme Stead : Comme l'a souligné M. Greenspon, au cours de mes 30 années au *Globe and Mail*, il y a eu un changement dramatique : on est passé d'une poignée de femmes journalistes à à peu près la moitié de l'équipe à l'heure actuelle. J'ai l'impression que c'est plus ou moins équilibré.

Le président : Selon mon expérience, les gens surestiment toujours les choses. Je ne dis pas que cela vaut dans votre cas. Mais typiquement, quelque part entre 15 et 20 p. 100, les gens commencent à surestimer le nombre de femmes qui sont présentes au lieu de travail. Dès que l'on approche des 25 p. 100, un nombre étonnant de personnes diront en toute sincérité que c'est un partage 50/50. Alors je vous demanderais de bien vouloir vérifier, s'il vous plaît.

Mme Stead : Oui.

Le sénateur Johnson : Et cela amène la question suivante : en tant que journal quotidien, quel est selon vous votre responsabilité à cet égard? Vous ne pouvez pas refléter tout. Il y a d'autres journaux. Il y a les journaux communautaires et ethniques. J'essaie de déterminer dans quelle mesure il vous incombe d'être représentatif dans votre journal de toutes les minorités du Canada.

M. Greenspon : Cela est important pour nous car nous nous efforçons de parler au pays et d'attirer davantage de lecteurs tout en maintenant notre réputation en matière d'autorité. Si nous ne comprenons pas le pays et les importants courants qui le mènent, alors cela ne rejaille pas très favorablement sur le *Globe and Mail*. Les gens vivent une certaine réalité dans ce pays et si de notre côté nous vivons une réalité différente, alors ce n'est pas une bonne chose. Nous nous efforçons de comprendre la réalité des gens qui vivent dans ce pays.

En effet, chaque journaliste qui vient à la table avec ses idées, ainsi que celles d'autres, est un individu qui a des enfants qui vont à l'école, un conjoint qui a d'autres activités, et toutes ces personnes vivent elles-mêmes la réalité canadienne. Elles s'attendent à ce que cela se trouve reflété dans les pages du journal.

The pages are to some extent a little less institutional than they were 20 years ago. It is not all about what happened at city hall yesterday.

It is about what is happening in the city, the country, in Africa. We try to capture more trends and not just events that might have occurred yesterday, although events sometimes are very good ways to get into trends journalistically.

Geographically, of course we will not capture every slice of Canada in every issue of the paper. Over the course of a reasonable period, we will capture essential stories and important stories that speak to Canadians as a group whether by geographic region, ethnic diversity, global diversity or the many different ways you can slice up the pie.

Senator Johnson: I noticed that in the last couple of years, you have upped the "Report on Business" section and downsized the arts section during the week, but you make up for it on the weekends or you have added to it on the weekends. The arts and culture pages rest under the sports pages or after the sports pages.

Mr. Greenspon: The sports pages generally rest under the arts and culture pages in the national edition, except on Monday when you have a lot of weekend sports.

Senator Johnson: Are you balancing that section with the weekend edition? I am interested in culture and I follow the arts. I like to know what is happening in Canada in the arts.

Will you continue with that type of format vis-à-vis the arts?

Mr. Greenspon: Senator Johnson, the space we devote to arts and culture and entertainment issues is as robust as it has been before, and certainly, the proportion of staff is. We have full-time theatre, music and visual arts critics as well as many arts feature writers. That is an important area for us and I do not think that we have downgraded it at the expense of business.

Business coverage over the last 20 years, in a long arc, has grown in pretty well all newspapers around the world. One of the pillars of the *The Globe and Mail* is the "Report on Business." There is no doubt about that at all. It is a very important part of our coverage.

I would not say that has occurred at the expense of our arts coverage at all. We have just increased our arts coverage. We just hired somebody recently in British Columbia to increase outside of the Toronto region.

Senator Johnson: How has the *National Post* affected your newspaper in terms of the competition?

Les pages sont dans une certaine mesure un peu moins institutionnelles qu'elles ne l'étaient il y a 20 ans. Tout ne tourne pas autour de ce qui est arrivé hier à la mairie.

L'on s'intéresse à ce qui se passe dans la ville, dans le pays, en Afrique. Nous nous efforçons de cerner davantage de tendances et pas simplement les événements survenus hier, même si les événements sont parfois de très bons moyens d'aborder, en journalisme, les tendances.

Géographiquement, nous ne pouvons bien sûr pas saisir chaque tranche du Canada dans chaque numéro du journal. Mais sur une période de temps raisonnable nous présenterons des reportages essentiels et des récits importants qui parlent aux Canadiens en tant que groupe, que ce soit par région géographique, par groupe ethnique, par groupe mondial ou autrement, selon le découpage que l'on veut faire.

Le sénateur Johnson : J'ai remarqué au cours des deux dernières années environ que vous avez augmenté le cahier « Report on Business » et réduit le cahier arts pendant la semaine, mais que vous compensez la fin de semaine. Les pages consacrées aux arts et à la culture continuent de figurer sous la rubrique des sports ou après les pages sur les sports.

M. Greenspon : Les pages sur les sports figurent en règle générale sous les pages arts et culture dans l'édition nationale, sauf le lundi, où vous aurez des articles sur tous les événements sportifs tenus pendant la fin de semaine.

Le sénateur Johnson : Équilibrez-vous cela dans l'édition de fin de semaine? Je m'intéresse à la culture et je suis les arts. J'aime savoir ce qui se passe dans le monde des arts au Canada.

Allez-vous conserver ce genre de format en ce qui concerne les arts?

M. Greenspon : Sénateur Johnson, la place que nous consacrons aux arts, à la culture et aux divertissements est aussi robuste qu'auparavant, et la proportion du personnel qui s'y consacre l'est certainement aussi. Nous avons des critiques de théâtre, de musique et des arts visuels qui s'y consacrent à temps plein ainsi que de nombreux rédacteurs d'articles de fond sur les arts. Il s'agit là d'un volet important pour nous et je ne pense pas que nous l'ayons diminué en faveur des pages affaires.

La couverture des affaires au cours des 20 dernières années, pour regarder ce que donne une longue courbe dans le temps, a pris de l'ampleur dans la plupart des journaux du monde. L'un des piliers du *Globe and Mail* est le « Report on Business ». Il n'y a absolument aucun doute là-dessus. C'est un gros élément de notre couverture.

Je ne dirais pas que cela est venu aux dépens de la couverture artistique, pas du tout. Nous venons tout juste d'augmenter notre couverture des arts. Nous venons tout juste de recruter quelqu'un en Colombie-Britannique pour augmenter notre équipe à l'extérieur de la région de Toronto.

Le sénateur Johnson : Quelle incidence a sur votre journal, sur le plan concurrence, le *National Post* ?

Mr. Greenspon: That is a big question in some ways. The competitive nature of the *The Globe and Mail* and the *National Post* is nowadays like this: My left hand is the *The Globe and Mail* and my right hand is the *National Post*.

There is a widening gap at each census taking. Readership studies by NADbank or circulation studies by the Audit Bureau of Circulation determine the rate of growth et cetera in our business. With each subsequent set of numbers, the gap between us widens.

We are growing, as I said, slowly. We have grown 2 per cent or 3 per cent over the past year and they are shrinking. This is no longer our daily fixation.

Mr. Martin: You asked a question about the gender make up of the paper. In my small area, I have 16 direct reports. You were right; it is not quite half-and-half. I have 16 direct reporters, six of whom are women, ten of whom are men.

The Chairman: I have seen worse ratios, but I bet you thought it was a higher percentage than that.

Mr. Martin: I did.

Senator Milne: How does the globeandmail.com affects your other circulation? There is no doubt about it; this is an age-based issue. Younger readers are on the Internet much more than people my age.

Is it affecting your sales, or is it increasing them?

Mr. Greenspon: At the *The Globe and Mail*, there is no evidence whatsoever that it is eating into circulation. Circulation is growing, but it is a mature industry, the newspaper industry. After 161 years, you will not see fast growth.

Senator Milne: It grows as the population grows.

Mr. Greenspon: Yes. The population is not growing quickly either, but we are growing. We are very encouraged because the latest Audit Bureau of Circulation numbers, which came out last week, show that three Canadian newspapers are growing, and we are one of those three. I believe we have the greatest growth of the three and certainly, in the highest quality circulation. Fully paid subscribers are our strongest point of growth.

The Internet is growing much faster than the newspaper is growing.

Senator Milne: Twenty-five thousand to 250,000 in five years.

Mr. Greenspon: On a daily basis.

Senator Milne: Is that paid subscriptions?

M. Greenspon : C'est là à certains égards une grosse question. La concurrence entre le *Globe and Mail* et le *National Post* par les temps qui courent ressemble un petit peu à ceci : ma main gauche est sur le *Globe and Mail* et ma main droite est sur le *National Post*.

L'écart se creuse à chaque recensement. Les études sur l'effectif-lecteurs de la NADbank ou les études sur les tirages de l'Audit Bureau of Circulation déterminent le taux de croissance et ainsi de suite dans notre industrie. Avec chaque nouveau jeu de chiffres, l'écart se creuse entre nous.

Comme je le disais, nous sommes en croissance, mais cette croissance est lente. Nous avons augmenté de 2 ou 3 p. 100 au cours de la dernière année tandis que le *Post* recule. Ce n'est plus notre obsession quotidienne.

M. Martin : Vous avez posé une question au sujet de la composition de notre effectif selon le sexe. Dans mon petit secteur, j'ai 16 subordonnés directs. Vous avez raison; ce n'est pas tout à fait moitié-moitié. J'ai 16 journalistes sous responsabilité directe, dont six sont des femmes et dix sont des hommes.

Le président : J'ai vu de pires scénarios, mais je parie que vous pensiez que le pourcentage était plus élevé que cela.

M. Martin : En effet.

Le sénateur Milne : Quelle incidence a globeandmail.com sur vos autres produits? Il n'y a aucun doute que c'est fonction de l'âge des gens. Les jeunes lecteurs passent beaucoup plus de temps sur l'Internet que les personnes de mon âge.

Cela a-t-il une incidence sur vos ventes ou est-ce en train de les augmenter?

M. Greenspon : Au *Globe and Mail*, il n'y a pas la moindre preuve que cela entame le chiffre de tirage. Le tirage augmente, mais l'industrie des journaux est une industrie mûre. Après 161 ans, vous n'allez pas voir de croissance très rapide.

Le sénateur Milne : Cela augmente au fur et à mesure qu'augmente la population.

M. Greenspon : Oui. Et la population n'augmente pas rapidement non plus, mais elle augmente. Nous sommes très encouragés par les derniers chiffres de l'Audit Bureau of Circulation, qui sont sortis la semaine dernière, et qui montrent que trois journaux canadiens sont à la hausse, et nous comptons parmi ces trois. Je crois même que c'est nous qui affichons le taux de croissance le plus élevé parmi les trois et certainement le tirage de la plus haute qualité. Les abonnements payants sont notre plus fort secteur de croissance.

L'Internet est en train de croître beaucoup plus vite que le journal.

Le sénateur Milne : De 25 000 à 250 000 en l'espace de cinq ans.

M. Greenspon : Sur une base quotidienne.

Le sénateur Milne : Et s'agit-il là d'abonnements payés?

Mr. Greenspon: We have several different ways that people come to the Internet. The largest way is free advertiser supported on globeandmail.com. We also have something called *INSIDER Edition*. About 10 per cent of our content is *INSIDER Edition*, and subscribers pay to come into that site. Then we have our financial sites, and *Globeinvestor* is a freely accessible site, but *globeinvestorGOLD.com* is a subscription site.

I think everybody is experimenting a bit. You can see *The Wall Street Journal* has only a subscriber access to their site. They have experimented recently by opening up at certain times certain little bits of it. *The New York Times* has had a free-type site, but they have experimented as well.

Senator Milne: I have to pay for *The New York Times* in order to get the crossword puzzle.

Mr. Greenspon: You pay for certain content, the most valuable content, like the crossword puzzle. Everybody is feeling their way in this industry, and you do pay for it, I take it?

Senator Milne: Yes. I am concerned because I do not want to see newspapers in the traditional sense disappearing in the future.

I was hoping that I would hear from you that a young person subscribing first to the free stuff online and then subscribing online, would eventually mature into reading an actual newspaper.

Mr. Greenspon: That is our expectation and hope. One quarter of our readers is under between 18 years and 34 years of age. It is not as if there is an insubstantial number in that category.

Our expectation is that as people become more attached to society, let me put it that way, as they purchase a home, have a family and send their children to school, as they take out their first RRSP, they are more likely to become readers. That trend line is still occurring. Having said that, there is a great deal of concern in the international industry generally about the kinds of issues and trends you have pointed out.

It seems that the metropolitan dailies have much steeper circulation declines than our type of high quality national newspaper.

Senator Milne: Have you done any studies on the demographics of your readership, other than the one you mentioned?

I am not a regular member of this committee so I have not heard that particular group of witnesses.

Mr. Greenspon: You just spoke about the rapid nature of change in the country. You were talking about 35 per cent of your readers, are under 35 years of age?

Mr. Greenspon: Twenty-five per cent of our readers are under 35 years.

Senator Milne: Does the tie-in between the print media and the television affect these numbers?

M. Greenspon : Les gens ont plusieurs façons d'accéder à notre produit sur l'Internet. Le véhicule le plus large est globeandmail.com, qui est appuyé par les annonceurs et gratuit. Nous avons également une chose appelée *INSIDER Edition*. Environ 10 p. 100 de notre contenu est versé à l'*INSIDER Edition*, et les abonnés doivent payer pour accéder à ce site. Puis nous avons nos sites financiers, et *Globeinvestor* est un site accessible gratuitement, tandis que *globeinvestorGOLD.com* est un site à abonnement.

Je pense que tout le monde tente des expériences. L'on peut voir que le *Wall Street Journal* n'a pour son site qu'un accès abonnement. Il a récemment lancé quelques petites expériences en ouvrant quelques parties à des heures données. Le *New York Times* a déjà eu un site de type gratuit, mais il a lui aussi tenté certaines expériences.

Le sénateur Milne : J'achète le *New York Times* pour avoir les mots croisés.

M. Greenspon : Vous payez pour un certain contenu, le contenu qui vous est le plus précieux, comme par exemple les mots croisés. Chacun cherche sa voie à tâtons dans l'industrie, et vous payez votre journal, n'est-ce pas?

Le sénateur Milne : Oui. Je suis inquiète parce que je ne veux pas voir disparaître les journaux au sens traditionnel.

J'avais espéré vous entendre dire que le jeune qui s'abonne d'abord au service gratuit en ligne, pour ensuite s'abonner en bonne et due forme en ligne, finirait par choisir de lire un vrai journal.

M. Greenspon : C'est là notre attente et notre espoir. Le quart de nos lecteurs sont âgés entre 18 et 34 ans. Ce n'est pas qu'ils ne sont pas nombreux dans cette catégorie.

Notre attente est qu'au fur et à mesure que les gens s'attachent à la société, c'est-à-dire qu'ils achètent une maison, fondent une famille, envoient leurs enfants à l'école et ouvrent leur premier REER, il est plus probable qu'ils deviennent lecteurs. C'est toujours cette tendance que l'on constate. Cela étant dit, à l'échelle internationale, l'industrie se préoccupe beaucoup de ces questions et de ces tendances que vous avez soulignées.

Il semblerait que les quotidiens des régions métropolitaines accusent de plus sévères baisses de leur tirage que notre type de journal national de qualité supérieure.

Le sénateur Milne : Avez-vous fait des études démographiques de votre effectiflecteurs, en dehors de celles que vous avez mentionnées?

Je ne suis pas membre régulière du comité alors je n'ai pas entendu ce groupe de témoins.

Monsieur Greenspon, vous avez parlé de la nature très rapide du changement dans le pays. Vous disiez bien qu'environ 35 p. 100 de vos lecteurs sont âgés de moins de 35 ans?

M. Greenspon : Ving-cinq pour cent de nos lecteurs sont âgés de moins de 35 ans.

Le sénateur Milne : Le lien entre la presse écrite et la télévision a-t-il une incidence sur ces chiffres?

Do you see any sort of gain or loss because there is more government control at CTV, certainly more than at your newspaper?

Do you feel threatened by the government control of the television media? Do you have concerns that government control may spill over into your newspapers?

Mr. Greenspon: Let me deal with the philosophical part of your question. Ms. Stead is very involved in the partnership arrangements and she might want to talk about some of the benefits or costs that she sees in those arrangements.

Philosophically, you are right, and one of the other senators spoke about this too, the regulation of broadcast versus print. We come out of a free press tradition that is hundreds of years old, in which governments do not intervene in the affairs of a newspaper and newspapers live and die by their readers in a free "marketplace of ideas," as characterized by John Milton.

Broadcast began, given the scarcity of airwaves, as a regulated industry. We would very much not want to jeopardize hundreds of years of tradition that have made for robust press which we believe is essential to the good functioning of democratic societies, into that broadcast sphere.

We have not felt that kind of chill in any way, not at all. That issue has not been on our radar screen since the tucking of *The Globe and Mail* into Bell Globemedia. Philosophically I believe it is a freedom worth preserving and guarding, but it is one that we do not feel is imperilled.

Ms. Stead: If I might clarify on another point, the Ryerson study that I spoke of is a study of newsrooms. Ryerson has taken a survey to see how many women and visible minorities are in management, et cetera. Senator Johnson is aware of the study.

Journalists find convergence useful because it is helpful when big stories come up. Mr. Greenspon mentioned a number of stories in his speech like the shooting of the RCMP constables in Mayerthorpe.

We have a single journalist in Edmonton, Katherine Harding, who is one reporter on her own. It is very hard for her to cover the whole northern part of the province by herself. The fact that she has colleagues who will tell her that there is a major story breaking so that she is not having to monitor everything all the time is of great use to us. In that way, convergence is helpful.

In Vancouver, convergence assisted in breaking the Quatsino fire story when all those children were horribly killed. Again, our colleagues at CTV gave us a very quick heads-up.

Percevez-vous un gain ou une perte du fait qu'il y ait davantage de contrôle gouvernemental chez CTV, en tout cas plus que chez votre journal?

Vous sentez-vous menacé par le contrôle gouvernemental exercé sur la télévision? Craignez-vous que cela finisse par déborder sur les journaux?

M. Greenspon : Permettez-moi d'aborder l'aspect philosophique de votre question. Mme Stead s'occupe beaucoup des arrangements de partenariat et elle voudra peut-être dire quelque chose au sujet des avantages ou des coûts qu'elle relève dans le cadre de ces arrangements.

Sur le plan philosophique, vous avez raison, et un autre sénateur a parlé de cela également, c'est-à-dire la réglementation de la radio-télédiffusion par opposition à la presse écrite. Nous nous inscrivons dans une tradition de liberté de la presse vieille de plusieurs centaines d'années et dans laquelle les gouvernements n'interviennent pas dans les affaires des journaux et les journaux vivent ou meurent en fonction des choix de leurs lecteurs dans un « marché d'idées » libre, pour citer John Milton.

Étant donné la rareté des ondes, la radiodiffusion a commencé en tant qu'industrie réglementée. Nous ne voudrions pas menacer les centaines d'années de tradition qui ont fait de la presse une industrie robuste dont nous pensons qu'elle est essentielle au bon fonctionnement d'une société démocratique, pour faire basculer celle-ci dans la sphère de la radiodiffusion.

Nous n'avons pas du tout ressenti ce genre de froid. Cette question ne figure pas sur notre écran radar depuis l'absorption du *Globe and Mail* par Bell Globemedia. Sur un plan philosophique, j'estime qu'il s'agit d'une liberté qui vaut la peine d'être préservée et défendue, mais c'en est une qui n'est selon nous pas menacée.

Mme Stead : Si vous me permettez d'éclaircir un autre point, l'étude Ryerson dont j'ai parlé est une étude des salles de presse. Ryerson a mené un sondage pour déterminer combien de femmes et de membres de minorités visibles se retrouvent dans des postes de gestion, et ainsi de suite. Le sénateur Johnson est très au courant de cette étude.

Les journalistes trouvent la convergence utile car cela les aide lorsque surgissent de grosses affaires. M. Greenspon a, dans ses remarques liminaires, mentionné un certain nombre d'événements du genre, comme par exemple la tuerie des agents de la GRC à Mayerthorpe.

Nous avons une seule journaliste à Edmonton, Katherine Harding, qui travaille toute seule. Il est très difficile pour elle de couvrir seule toute la partie nord de la province. Le fait qu'elle ait des collègues qui lui diront qu'une affaire vient de se déclarer, afin qu'elle n'ait pas à surveiller tout en permanence, nous rend bien service. En un sens, la convergence est utile.

À Vancouver, la convergence a aidé lors de la nouvelle-choc de l'incendie de Quatsino où tous ces enfants sont morts de façon si horrible. Encore une fois, nos collègues chez CTV nous avaient très vite alertés.

That is really the most useful aspect of convergence, which is gathering known story information, tips that are out there for everyone, and having the ability to compete against very large organizations.

We do cooperate also on other things but it tends to be only a few people. The health reporters are very good and they have found that this has worked very well together.

We have jointly paid for some studies, for example, on fat content in food. We have jointly investigated studies on fitness across the country and additives in food. It is a way of putting our two organizations together and then we can each do our own separate stories on it and provide the information to people in different ways.

It might not be something that we would have done as major a project had we not also had the help for paying for the studies and other things with CTV, as we would have done. In that way it is useful to us.

However, the truth is it pops up here and there, and there will be many days where our reporters really do not have a lot of contact with each other, they are doing their own stories.

[Translation]

I now give the floor to Senator Chaput. I will then follow up myself with a few questions, after which we will move on to the second round.

[English]

Senator Chaput: In your presentation, you said that policies could be different according to the location of the newspaper. Did I hear that correctly?

Mr. Greenspon: The shared location in some instances, yes.

Senator Chaput: My question has to do with contracts. Several witnesses criticized contracts that some newspapers demand from freelance writers. As an example, it could be the retention of the rights for any use, that type of thing.

What is *The Globe and Mail's* policy with respect to freelance contracts?

Mr. Martin: Freelance writers sign a freelance contributor's contract to the op-ed section of the paper. They will respect that we require first publication rights of their work on an exclusive basis, and that we will be entitled to non-exclusive electronic rights within the data bank of *The Globe and Mail*. Their articles become part of our resource section.

Ms. Stead may know about freelance journalists, but those who contribute opinion and other related pieces such as that sign a contract to that effect.

Senator Chaput: Is that a similar contract to the other papers?

C'est là en réalité l'aspect le plus utile de la convergence, soit recueillir les renseignements, les tuyaux qui sont à la portée de tout le monde, et avoir la capacité de concurrencer les très grosses entreprises.

Nous collaborons nous aussi pour certaines choses, mais cela a tendance à se limiter à quelques personnes seulement. Les journalistes spécialisés dans le domaine de la santé sont très bons et ils trouvent que ce travail en commun fonctionne très bien pour eux.

Nous avons co-financé certaines études, par exemple une sur la teneur en matières grasses des aliments. Nous avons participé conjointement à des études sur l'état de santé physique des gens à travers le pays ainsi que sur les additifs dans les aliments que nous consommons. C'est une façon de réunir nos deux organisations pour qu'ensuite chacune raconte ses propres histoires et livre les renseignements aux gens à sa manière.

Ce n'est peut-être pas quelque chose que nous aurions entrepris sur une telle échelle si nous n'avions pas également eu de l'aide de la part de CTV pour payer une partie des études et du reste. En un sens, cela nous a été utile.

Cependant, la vérité est que cela surgit de ça, de là, et qu'il y aura bien des jours au cours desquels les journalistes n'auront pas beaucoup de contacts entre eux, chacun faisant son boulot de son côté.

[Français]

Je cède la parole à madame le sénateur Chaput. Ensuite j'aurai moi-même quelques questions à poser et on commencera la deuxième ronde de questions.

[Traduction]

Le sénateur Chaput : Dans votre exposé, vous dites que les politiques pourraient être différentes selon l'endroit où le journal est implanté. Vous ai-je bien compris?

M. Greenspon : Des locaux partagés dans certains cas, oui.

Le sénateur Chaput : Ma question concerne les contrats. Plusieurs témoins ont critiqué les contrats que certains journaux imposent à leurs collaborateurs pigistes. À titre d'exemple, ce pourrait être la rétention des droits d'utilisation.

Quelle est la politique du *Globe and Mail* en ce qui concerne les contrats passés avec des pigistes?

M. Martin : Les journalistes pigistes signent un contrat de collaborateur pour la page en regard de la page de l'éditorial. Ils s'engagent à respecter notre exigence que nous détenions des droits exclusifs de première publication de leurs écrits et nous reconnaissons également des droits électroniques non exclusifs pour la banque de données du *Globe and Mail*. Leurs articles sont versés à nos ressources.

Mme Stead est peut-être au courant de la situation des journalistes pigistes, mais ceux qui écrivent des articles d'opinion ou autres signent un contrat à cet effet.

Le sénateur Chaput : Ressemble-t-il au contrat chez les autres journaux?

Mr. Martin: I cannot speak to that question. I only know of the contracts that we have. Every freelance contributor signs a contract. That is to protect us so that when we store those articles on our electronic data bank they have clearly given us permission to do so.

Senator Chaput: If I understand correctly, you retain the copyright.

Mr. Martin: No, we do not. They retain the copyright. What we acquire is first publication rights, that is we can publish it one time, one time only, which is the right we acquire, and non-exclusive electronic rites. They are free to take that same material and go elsewhere after it has appeared in *The Globe and Mail*, by mutual agreement usually 24 hours after its first publication. If they wish, they can take it to CBC, to Global, to another newspaper.

Senator Chaput: Can they be paid again?

Mr. Martin: They hold the copyright.

The Chairman: It is interesting, Mr. Greenspon, that you hired 20 journalists or news-gathering staff for the Internet.

Mr. Greenspon: Yes we did, when we launched the Internet site in 2000.

The Chairman: How many staff members do you employ for the Internet now?

Mr. Greenspon: We have approximately the same number.

The Chairman: How does it work? Do these additional journalists work in conjunction with the print journalists? Do they re-manipulate print stories for the Internet?

Mr. Greenspon: I wish I could give you a clean answer to this but I will walk you through how it works. It is neither totally separate nor totally integrated. When we started globeandmail.com, we thought that it needed dedicated journalists of its own to serve the interests of the Web, especially given the size of the newspaper at that time relative to the Web. We thought that the interests of the Web might not be served unless it had dedicated journalists. We also thought that to gain the advantages of the knowledge that resides at *The Globe and Mail* among journalists, that we wanted the print journalists to contribute as well to the Web. The newspaper comes out once per day on a 24-hour schedule, but the Web is continuous. If a journalist discovers something fascinating at 3 p.m., we want that put on the Web to make it available to readers at 3 p.m. The only exception is if it is a fabulous scoop, then we would like to print it in the newspaper first.

As you know, many things come to journalists that they alone may know for one or two hours. We may as well get the item out so that people know it as soon as possible. Our print journalists understand that they are working for the newspaper and for the

M. Martin : Je ne peux pas répondre à cette question. Je ne connais que nos contrats. Chaque collaborateur pigiste signe un contrat. Cela a pour objet de nous protéger de telle sorte que lorsque nous entreposons ces articles dans notre banque de données électroniques il soit clairement entendu que les auteurs nous y ont autorisés.

Le sénateur Chaput : Si je comprends bien, c'est vous qui détenez les droits d'auteur.

M. Martin : Non. Ils conservent les droits d'auteur. Nous, nous achetons les droits de première publication, c'est-à-dire que nous publions l'article une fois, et une fois seulement, car c'est ce droit-là que nous achetons ainsi que les droits électroniques non exclusifs. Ils sont libres de prendre le même papier et de l'offrir ailleurs une fois qu'il a été publié dans le *Globe and Mail*, ce par accord mutuel, en règle générale 24 heures après sa première parution. S'ils le désirent, ils peuvent le proposer à CBC, à Global ou à un autre journal.

Le sénateur Chaput : Peuvent-ils être payés à nouveau?

M. Martin : Ce sont eux qui détiennent les droits d'auteur.

Le président : Il est intéressant, monsieur Greenspon, que vous ayez embauché 20 journalistes ou cueilleurs d'information pour l'Internet.

M. Greenspon : C'est en effet ce que nous avons fait lorsque nous avons lancé le site Internet en l'an 2000.

Le président : Combien d'employés comptez-vous à l'heure actuelle pour ce site Internet?

M. Greenspon : À peu près le même nombre.

Le président : Comment cela fonctionne-t-il? Ces journalistes supplémentaires travaillent-ils conjointement avec les journalistes de la presse écrite? Retravaillent-ils les reportages de la presse écrite aux fins de l'Internet?

M. Greenspon : J'aimerais pouvoir vous donner une réponse claire et nette, mais je vais plutôt passer en revue avec vous la façon dont cela fonctionne. Cela n'est ni totalement distinct ni totalement intégré. Lorsque nous avons lancé globeandmail.com, nous avons pensé qu'il lui fallait des journalistes réservés, pour servir l'intérêt du Web, étant donné surtout la taille du quotidien à l'époque comparativement au Web. Nous avions pensé que l'intérêt du Web ne serait peut-être pas servi à moins d'y consacrer des journalistes spécialisés. Nous avions également pensé qu'en vue de tirer profit de la connaissance des journalistes du *Globe and Mail*, nous voudrions peut-être que les journalistes de la presse écrite contribuent également au Web. Le journal sort une fois par jour sur un échéancier de 24 heures, mais le Web est continu. Si un journaliste découvre quelque chose de fascinant à 15 h, nous voulons que le Web le mette à la disposition des lecteurs à 15 h. La seule exception survient lorsqu'il s'agit d'un scoop fabuleux, auquel cas nous voudrions que cela paraisse d'abord dans le journal.

Comme vous le savez, cela arrive souvent qu'un journaliste soit seul au courant d'une affaire pendant une ou deux heures. Autant diffuser tout de suite une nouvelle afin que les gens en prennent connaissance le plus rapidement possible. Nos journalistes de la

Web. However, our journalists working for the website, report exclusively for the website. However, our business columnist for the website, Mr. Matthew Ingram, writes primarily for our website, not exclusively, because some of his web-writing is so good that we use it in the newspaper the next day. It is not a neat relationship but rather it is an evolving relationship that is meant to serve both interests as much as possible.

Mr. Martin: If I may, there are other examples from the other direction. The member from globeandmail.com who is responsible for the online book club attends our weekly books meeting so that she has a good sense of what we will be covering. We have a mutual discussion of which book would be most appropriately excerpted in our "Chapter One" feature or which book would be best suited for the "Book Club." We provide a certain give and take.

"Chapter One" provides the first chapter of a major book online each week. If someone wishes to, they can call in a new book that has just been reviewed that week. The first chapter then might be put on our "Book Club" website. Publishers are happily co-operating with that feature, although at first some were reluctant to give anything away free. The fact is, once you are hooked on a book, you are likely to want to buy it to read the rest. We do this each week and there is a certain give and take in that area.

The Chairman: As you described it, reporters who cover the news of the day for *The Globe and Mail*, not the investigative reporters who might work on a story for a month, are on a 24-hour cycle similar to a radio all-news program.

What does that do to their ability to do the fact checking and extra digging and phone calls for stories?

Mr. Greenspon: We were conscious that we did not want to impair their ability to take the time necessary to do original reporting. We have a variety of models, so if they learn that something is happening, they can call a "rewrite desk," which is an old-fashioned concept from the newspaper industry that we have revived in the Web industry. They can tell the rewrite editor what is happening at that moment and he or she will debrief; it might take three to five minutes.

They all know that the primary mission for the newspaper reporter is to serve the newspaper, and the secondary mission is to serve the Web. This happens at political conventions on a Saturday. The website is our continuous newspaper so when a leader is chosen at a leadership convention on a Saturday, the reporters file the story immediately to globeandmail.com. Then, like all reporters, they have to figure out a fresh angle for Monday.

presse écrite comprennent qu'ils travaillent pour le journal et pour le Web. Cependant, nos journalistes qui travaillent pour le site Web ne font que cela. Notre chroniqueur affaires, pour le site Web, M. Matthew Ingram, travaille quant à lui principalement pour notre site Web, mais pas exclusivement, car ce qu'il écrit pour le Web est si bon que nous l'utilisons le lendemain dans le journal. Il ne s'agit donc pas d'une relation tranchée, mais bien d'une relation en évolution, qui a pour objet de servir dans toute la mesure du possible les deux intérêts.

M. Martin : Si vous permettez, il existe d'autres exemples qui vont dans le sens contraire. Le membre de globeandmail.com qui est responsable du club de lecture en ligne assiste à notre réunion hebdomadaire du club de lecture afin d'avoir une bonne idée de ce que nous allons couvrir. Nous discutons ensemble du livre qui serait le meilleur choix pour l'extrait dans notre chronique « Chapter One » ou du livre à retenir pour le « Book Club ». Il est prévu qu'il y ait un certain va-et-vient.

La rubrique « Chapter One » propose chaque semaine en ligne le premier chapitre d'un livre d'importance. Si une personne le désire, elle peut demander un nouveau titre qui vient tout juste pendant la semaine de faire l'objet d'une critique. Le premier chapitre du livre pourrait alors être affiché sur le site Web de notre « Book Club ». Les maisons d'édition sont ravies de collaborer, même si au départ elles ont été plusieurs à hésiter à donner quoi que ce soit gratuitement. La clé est qu'une fois qu'un livre vous a accroché, vous allez sans doute vouloir l'acheter pour lire la suite. Nous faisons cela chaque semaine et il y a en la matière un certain va-e-vient.

Le président : D'après votre description, les journalistes qui couvrent les nouvelles du jour pour *The Globe and Mail*, et je ne parle pas des journalistes enquêteurs qui travaillent peut-être sur une histoire pendant un mois, fonctionnent selon un cycle de 24 heures à la manière des émissions radiophoniques de nouvelles continues.

Quelle incidence cela a-t-il sur leur capacité de rechercher les faits, de fouiller davantage et de faire des appels téléphoniques pour recueillir des informations?

M. Greenspon : Nous étions très sensibles au fait que nous ne voulions pas entraver leur capacité de prendre le temps nécessaire pour faire le travail de reportage original. Nous avons toute une variété de modèles, de telle sorte que si un journaliste apprend qu'il se passe quelque chose, il ou elle peut communiquer avec le « bureau de réécriture », qui est un vieux concept de l'industrie des journaux que nous avons ressuscité dans l'industrie du Web. Le journaliste peut dire au rédacteur du bureau des réécritures ce qui se passe et il y aura un débriefage; cela peut prendre trois à cinq minutes.

Ils savent tous que la principale mission d'un reporter de journal est de servir le journal et que sa deuxième mission est de servir le Web. C'est ce qui se passe le samedi lors de congrès politiques. Le site Web est notre journal en continu de sorte que lorsqu'un chef est choisi lors d'un congrès à la chefferie un samedi, les journalistes envoient tout de suite leur reportage à globeandmail.com. Puis, comme c'est le cas de tous les journalistes, il leur faut trouver un autre angle pour le lundi.

We do not see the Web competing with *The Globe and Mail* but with all-news television and radio, and with other websites, in a world in which people want their news when they want their news. I like to say that it is always “top of the clock on globeandmail.com” because you do not have to wait until 5 p.m. for the news. The news is available when the reader wants it available.

Ms. Stead: The 20 journalists working for globeandmail.com that Mr. Greenspon talked about are reporters and editors. I was not watching the Web today but when our journalists are up on the Hill to watch various votes, for example, we will also have a journalist from globeandmail.com watching the television who will put up the instant news. Their aim is to beat the wire at getting the story out on that vote. They are doing that separately from our reporters in the field who are in the scrums to get that other news. Part of the function of those 20 journalists is to get the instant, breaking news as quickly as they can.

Senator Milne: When you say “watching television,” do you mean watching CPAC?

Ms. Stead: They watch CPAC so they can write the story immediately.

The Chairman: How much do people have to pay for access for the extra layer of access to your Internet sites?

Mr. Greenspon: Is that for the websites?

The Chairman: Yes.

Mr. Greenspon: A non-subscriber to the newspaper, I believe, pays \$14.95 per month, although it might be \$13.95 per month.

The Chairman: We will take it as \$14.95.

Mr. Greenspon: For a newspaper subscriber, the price is deeply discounted price to, I believe, \$6 per a month.

Ms. Stead: That is only for the 10 per cent of the site. For the “Breaking News” and everything else, it is free.

The Chairman: Obviously, like everyone else we are trying to grapple with the models that seem likely to survive and continue to enable the maintenance of news-gathering establishments in the quantity that we need.

Mr. Greenspon: That is an important point, because good journalism takes investment in news-gathering, which does not come free. People are willing to pay if they think they are getting value in return on the Web as well as anywhere else.

As you grappling, we are experimenting with different models to see what works and what does not work. That is how a business operates, it tries things out and it sees if its consumers — in our case, our readers — like it or do not like it or see value in it.

Nous ne voyons pas le Web concurrencer le *Globe and Mail*, mais il ne faut pas oublier que nous vivons dans un monde où, avec la télévision et la radio de nouvelles en continu, auxquelles s'ajoutent d'autres sites Web, les gens veulent leurs nouvelles tout de suite. Je me plais à dire que c'est toujours « à l'heure sur globeandmail.com » parce que vous n'attendez pas 17 h pour les actualités. Les nouvelles sont disponibles lorsque le lecteur les veut.

Mme Stead : Les 20 journalistes travaillant pour globeandmail.com et dont M. Greenspon a parlé sont des reporters et des rédacteurs. Je ne regardais pas le Web ce soir mais lorsque nos journalistes sont sur la Colline pour suivre des votes, par exemple, nous avons toujours également un journaliste de globeandmail.com qui suit à la télévision afin de pouvoir afficher des nouvelles instantanées. L'objet ici est de battre le service de dépêches pour annoncer le résultat du vote. Ces journalistes travaillent de leur côté, loin des journalistes sur le terrain qui participent aux mêlées de presse pour glaner d'autres nouvelles. Une partie du rôle de ces 20 journalistes est d'obtenir le plus rapidement possible les nouvelles-choc de dernière heure.

Le sénateur Milne : Lorsque vous dites qu'ils suivent à la télévision, entendez-vous par là qu'ils regardent CPAC?

Mme Stead : Ils regardent CPAC afin de pouvoir gratter tout de suite l'article.

Le président : Combien les gens doivent-ils payer pour cette couche supplémentaire d'accès à vos sites Internet?

M. Greenspon : Vous voulez parler des sites Web?

Le président : Oui.

M. Greenspon : Je pense qu'un non-abonné au journal paye 14,95 \$ par mois, mais c'est peut-être 13,95 \$ par mois.

Le président : Disons que c'est 14,95 \$.

M. Greenspon : Pour un abonné au journal, le prix est très réduit, s'établissant, je pense, à 6 \$ par mois.

Mme Stead : Mais cela ne compte que pour 10 p. 100 du site. Pour ce qui est de « Breaking News » et de tout le reste, c'est gratuit.

Le président : Clairement, comme tout le monde, nous essayons de cerner quels modèles ont les meilleures chances de survivre et de maintenir en place en quantité nécessaire les établissements de cueillette d'informations dont nous avons besoin.

M. Greenspon : C'est là un point important, car le bon journalisme exige un investissement dans la cueillette d'informations, qui n'est pas une chose gratuite. Les gens sont prêts à payer s'ils pensent qu'ils obtiennent de la valeur en retour, sur le Web ou ailleurs.

Pendant que vous faites vos recherches, nous autres expérimentons différents modèles pour voir ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas. C'est ainsi que doit fonctionner une entreprise : elle tente des choses et elle vérifie si ses clients — dans notre cas nos lecteurs — aiment ou n'aiment pas ou y trouvent de la valeur.

The Chairman: What does not work?

Mr. Greenspon: I do not know of anything that does not work on the Web; I am not sure that anything does work on the Web. We have seen tremendous growth, as I have illustrated to you, in the people who are using globeandmail.com. Broadband is getting more sophisticated, better and less expensive to operate. The ability to webcast grants access to people to much more highly specialized audiences.

These are early days in a new medium. When we look back on this 10 years or 20 years from now, people will have had several eureka moments that we have not yet imagined.

The Chairman: The Senate has sound webcasting. That is as far as we have ventured down the road, but the other is coming.

How many people do you employ in you newsroom?

Mr. Greenspon: In total, about 350 journalists work full time for *The Globe and Mail*, and there are freelance journalists who have regular contracts with the paper.

The Chairman: I was not clear; does that number include the Internet?

Mr. Greenspon: That includes the Internet.

The Chairman: Does that include the whole operation?

Mr. Greenspon: That includes the magazine, Internet, newspaper, including the national bureaus and the foreign bureaus.

The Chairman: That leads me to my next question; you have seven foreign bureaus.

Mr. Greenspon: Yes, we have seven foreign bureaus that employ about 12 people.

The Chairman: You are one of the last news organizations in Canada that seems to put high priority on having foreign bureaus. Why is that?

Mr. Greenspon: I can only guess at why others do not. I do not really know. We do because foreign news, like business, is an important pillar that is growing in importance. I will ask Mr. Martin, as a former foreign editor, to take a stab at explaining what we do and why we see it as important.

However, in any of the research that we have ever done with our readers, foreign news is one of their principal interests in *The Globe and Mail*. This is particularly true for our readership, which if you look for a single demographic characteristic that would separate our readers from other media, it would be education level. Our readers are interested in what is going on in the world. I dare say, they are even more interested in globalization,

Le président : Qu'est-ce qui ne fonctionne pas?

M. Greenspon : Je ne connais rien qui ne fonctionne pas sur le Web; que je sache, il n'y a rien qui ne n'y fonctionne pas. Nous avons constaté une croissance énorme, et je vous l'ai expliquée, quant au nombre de personnes qui recourent à globeandmail.com. Le service à large bande devient de plus en plus sophistiqué, s'améliore et est de moins en moins coûteux à exploiter. La diffusion sur le Web crée des auditoriums de plus en plus spécialisés.

Nous vivons les débuts d'un nouveau médium. Lorsque nous nous y repencherons d'ici 10 ou 20 ans, les gens auront vécu des moments véritablement « eureka » que nous ne pouvons même pas imaginer.

Le président : Le Sénat a une Webdiffusion sonore. Nous ne nous sommes aventurés que jusque-là, mais la suite s'en vient.

Combien de personnes travaillent dans votre salle de presse?

M. Greenspon : Au total, quelque 350 journalistes travaillent à temps plein pour *The Globe and Mail*, et il y a également des journalistes pigistes qui ont des contrats réguliers avec le journal.

Le président : Je ne suis pas certaine d'avoir compris. Ce chiffre englobe-t-il l'Internet?

M. Greenspon : Oui, cela inclut l'Internet.

Le président : Cela englobe-t-il l'opération tout entière?

M. Greenspon : Cela inclut la revue, l'Internet, le journal, y compris les bureaux nationaux et les bureaux à l'étranger.

Le président : Cela m'amène à ma question suivante. Vous avez sept bureaux à l'étranger.

M. Greenspon : Oui, nous avons sept bureaux à l'étranger, et qui emploient environ 12 personnes.

Le président : Vous êtes parmi les dernières organisations médiatiques au Canada qui semblent accorder une grande priorité au maintien de bureaux à l'étranger. Comment cela se fait-il?

M. Greenspon : Je ne peux qu'essayer de deviner pour quelle raison les autres ne font pas de même. Je n'en sais vraiment rien. Nous le faisons car les nouvelles étrangères, notamment en ce qui concerne le monde des affaires, sont un pilier important qui croît en importance. Je vais demander à M. Martin, en tant qu'ancien rédacteur étranger, d'essayer d'expliquer ce que nous faisons et pourquoi nous considérons que cela est important.

Cependant, dans le cadre de toutes les recherches que nous ayons jamais entreprises auprès de nos lecteurs, les nouvelles étrangères ont toujours compté parmi les rubriques qui intéressent le plus les gens dans *The Globe and Mail*. Cela vaut tout particulièrement dans le cas de nos lecteurs, qui se démarquent des lecteurs des autres médias par une caractéristique démocratique essentielle, soit le niveau d'instruction. Nos lecteurs s'intéressent à ce qui se passe dans le monde. J'oserais même dire qu'ils sont encore plus intéressés par la mondialisation.

I believe, although this would be more anecdotal than analytical, that in the post-September 11 world, they are even more interested. I have heard it said that before September 11, nobody had ever heard of the Taliban; and after September 11, people could describe Iraq as a country made up of Sunnis, Shiites and Kurds.

There is a greater sophistication level because people understand that what happens out there in the world is very important to them, both in terms of their interest and, as we have seen in our coverage of Africa, in terms of their values.

Mr. Martin: I know from my time based in the Middle East and as foreign editor, there is a tremendous reader response to many of the stories we print.

We tend to base our correspondents in areas of primary interest: China, Moscow, the Middle East and Africa, which we have been in and out of over the years because, sadly, they are areas that have not engendered the kind of public response we might have hoped. That seems to be changing now.

We would like to take some credit because people like Stephanie Nolen have worked hard in areas like Darfur to bring it to people's attention.

However, the reader response that I saw during those times, and that I see now in the letters to the editor, is tremendous. As we try to serve our readers and the broader public as well, this reflects their great interest in the subject.

I know from my own experiences dealing with this foreign affairs show I participate in sometime on TV Ontario, there is a huge response to that program. Today in Ottawa, people from Peterborough said, "You are the guy on TVO."

There is a huge appetite for foreign news. The security issue is part of it; Globalization is a big part of it; and increasing travel by Canadians is a big part of it. This is an area where many other news organizations have missed the boat. It is expensive and that is probably why they do not have foreign bureaus.

The Chairman: What is the cost to maintain a foreign bureau?

Mr. Martin: The cost to maintain a foreign bureau is roughly \$250,000 a year.

The Chairman: What is the difference between having your own bureau in these various spots and what you would get from all kinds of expert news services around the world — *The New York Times*, *The Guardian*, — or just sending people in when you think there is a story that needs coverage?

Je pense, bien que ce soit là davantage anecdotique qu'analytique, que dans le monde de l'après 11 septembre, ils sont encore plus intéressés. J'ai entendu dire qu'avant le 11 septembre, personne n'avait jamais entendu parler du Taliban, et qu'après le 11 septembre, les gens pouvaient décrire l'Iraq comme étant un pays composé de Sunnis, de Shiites et de Kurdes.

Le niveau de sophistication est très élevé car les gens comprennent que ce qui se passe ailleurs dans le monde est très important pour eux, tant pour leur intérêt propre que pour leurs valeurs, comme nous l'avons constaté dans le cas de la couverture de l'Afrique.

M. Martin : Je sais, m'appuyant sur ce que j'ai vécu dans le Moyen-Orient et en tant que rédacteur des nouvelles étrangères que les lecteurs réagissent très fortement à nombre des reportages que nous publions.

Nous avons tendance à détacher nos correspondants dans des endroits de grand intérêt, par exemple en Chine, à Moscou, au Moyen-Orient et en Afrique, où nous avons eu une présence cyclique car, tristement, ce sont des endroits du monde qui n'ont pas engendré le genre de réaction publique que nous aurions espérée. Il semble que cela soit en train de changer.

Nous aimerions néanmoins en retirer un certain crédit car des personnes comme Stephanie Nolen ont travaillé fort dans des régions comme le Darfour pour porter cela à l'attention des gens.

Cependant, la réaction des lecteurs que j'ai constatée pendant ces périodes, et que je constate aujourd'hui dans le courrier des lecteurs, est phénoménale. Nous nous efforçons de servir nos lecteurs et le grand public, et ceux-ci manifestent un grand intérêt pour ce que nous leur livrons.

Je sais d'expérience que les gens réagissent à ces dossiers : je sais, du fait de ma participation occasionnelle à une émission sur les affaires étrangères de TV Ontario que cette émission suscite des réactions énormes. Aujourd'hui à Ottawa des gens de Peterborough m'ont dit « Tu es le type de TVO ».

Il existe un appétit énorme pour les nouvelles étrangères. La question de la sécurité en fait partie; la mondialisation en fait partie; et le fait que les Canadiens voyagent de plus en plus en fait partie. Il s'agit d'un domaine dans lequel de nombreuses autres organisations médiatiques ont loupé le coche. C'est coûteux, et c'est sans doute ce pourquoi ils n'ont pas de bureaux à l'étranger.

Le président : Combien cela vous coûte-t-il de maintenir un bureau à l'étranger?

M. Martin : Il en coûte environ 250 000 \$ par an pour maintenir un bureau à l'étranger.

Le président : Quelle est la différence entre avoir votre propre bureau dans ces différents endroits et ce que vous obtiendriez des différents services de nouvelles experts de par le monde — *The New York Times*, *The Guardian* — ou du fait d'envoyer simplement des journalistes là où vous pensez qu'il se passe quelque chose qui mérite d'être couvert?

Mr. Martin: We are not just covering the world through the eyes of our correspondents, although that is a huge part of our business. We know that the foreign correspondents cannot cover all of the stories. We have the luxury of having all of those services you have just described and the opportunity to send in our own people into trouble spots. I went to Iraq for a month last June and July because it seemed the right thing to do to have somebody go in at that time. It was a great story.

Nothing beats the experienced eye of an individual foreign correspondent that brings a Canadian background and perspective to the questions at hand. That is vitally important to how we report the news in those regions to our audience.

Mr. Greenspon: Senator, during the Iraq war we had four correspondents, of which although Stephanie Nolen was one. She was in Iraq in the Kurdish areas throughout the whole war. The stories they produced were very different from the kinds of stories that you would see in the British press or in the American press.

They were different because they did not all go through the prism of the strategic interest of those countries. They were different because they blended the human-interest story, with the strategic overarching story. In many ways, I think they were uniquely Canadian.

In other places, you will see stories that focus on what Canadians are doing out in the world. Many of our stories from Africa have been like that.

Last year, we sent 10 people to China in a very ambitious project to try to help our readers understand the two great forces in the world today, and that these forces will affect their lives. One is the question the surround radical Islamic beliefs, and the other is the economic, cultural, and strategic military change that is coming from China. We wanted to bring that information home to our readers.

The response was tremendous. We sold out *The Globe and Mail* throughout the country on that Saturday. It was a bit of a risk to take an entire issue of a newspaper and to take lettering on the newspaper in a language other than that of our readers. We felt it was an important story and we wanted to bring home and prepare our readers for the future, as it is unfolding.

The response is always remarkable. You make the investment and you get the payoff. Your readers understand you are there for them and they buy the paper and then subscribe to the paper because of your efforts.

Senator Milne: Are you planning to do similar articles about India?

Senator Ruth: On page 9 of your brief, you discuss the press's conflict with institutions like governments, the judiciary, and so on.

Mr. Martin : Nous ne faisons pas que couvrir le monde à travers les yeux de nos correspondants, bien que ce soit là un volet énorme de notre travail. Nous savons que les correspondants étrangers ne peuvent pas couvrir toute l'actualité. Nous avons le luxe d'avoir tous ces services que vous venez de décrire ainsi que la possibilité d'envoyer nos propres journalistes en zone névralgique. Je suis allé passer un mois en Iraq en juin et en juillet dernier car ce me semblait être la bonne chose à faire pour qu'il y ait quelqu'un sur place à ce moment-là. C'était une histoire formidable.

Rien ne remplace l'œil chevronné d'un correspondant étranger qui apporte au dossier un bagage et une perspective canadiens. Cela revêt une importance vitale quant à la façon dont nous rapportons ce qui se passe dans ces régions pour notre auditoire.

Mr. Greenspon : Sénateur, pendant la guerre de l'Iraq, nous avons eu quatre correspondants, dont Stephanie Nolen. Elle a passé toute la guerre en région kurde en Iraq. Les histoires qui sont sorties sont très différentes de ce qu'aurait rapporté la presse britannique ou la presse américaine.

Elles ont été différentes parce qu'elles ne passaient pas toutes par le prisme de l'intérêt stratégique de ces pays. Elles étaient différentes parce qu'elles mélangeaient à l'histoire stratégique d'ensemble des histoires d'intérêt humain. À bien des égards, je pense qu'elles ont été uniquement canadiennes.

Dans d'autres endroits, vous verrez des histoires qui mettent l'accent sur ce que des Canadiens font dans le monde. C'est le cas de nombre de nos reportages sur l'Afrique.

L'an dernier, nous avons envoyé dix personnes en Chine dans le cadre d'un très ambitieux projet visant à essayer d'aider nos lecteurs à comprendre les deux grandes forces dans le monde d'aujourd'hui et l'incidence qu'elles auront sur leurs vies. Il y a tout d'abord eu la question entourant les croyances islamiques radicales, et l'autre dossier a été le changement économique, culturel, stratégique et militaire en Chine. Nous voulions livrer ces renseignements à nos lecteurs.

Les réactions ont été phénoménales. Nous avons épuisé les stocks de *Globe and Mail* partout au pays ce samedi-là. Cela avait été un petit peu risqué de prendre tout un numéro du journal et d'y utiliser un lettrage correspondant à une langue autre que celle de nos lecteurs. Nous avions jugé que c'était une histoire importante et nous voulions la livrer et préparer nos lecteurs à l'avenir qui se dessine.

La réaction est toujours remarquable. Vous faites l'investissement et cela paye. Vos lecteurs comprennent que vous êtes là pour eux, achètent le journal puis s'y abonnent à cause de vos efforts.

Le sénateur Milne : Comptez-vous faire des articles semblables au sujet de l'Inde?

Le sénateur Ruth : À la page 9 de votre mémoire, vous discutez du conflit de la presse avec des institutions comme les gouvernements, l'appareil judiciaire, et ainsi de suite.

You use what I consider strong language like “misapplication of access to information laws,” “the overzealousness of privacy laws,” and “disturbed by the trend of some elements of the judiciary.”

In this general thirst for news, if these things were eased up and you had more access to information and the judges did not do what they do, how would that help you in competition?

Mr. Greenspon: I do not raise that subject as a competitive issue. It is an issue shared by all media; it is an open society issue; it is an issue about being able to report the stories. It is not an issue of *The Globe and Mail* versus any other media. In fact, in many instances we join other media in trying to have a publication ban lifted, or trying to have secret proceedings made public.

We are supporting the *National Post* on a case involving Andrew MacIntosh and the attempts of the RCMP to gain access to a leaked document. We are acting in what we perceive to be an overall interest.

We do see what we consider misapplication of information laws. The so-called “freedom of information laws,” often blocks the release of information that, in our view, should be in the public domain. That happened very early to our reporters trying to gain access to sponsorship information. They were blocked access to information that they should have been able to get, in our view.

To give an example of what I find to be an extremely silly use of privacy laws, on Remembrance Day 2000 we did a piece on veterans of the First World War. We wanted to write about and honour all of the living Canadian veterans of the First World War. There are only about 15 of them, I believe. Although the Veterans Affairs Canada wanted to give us information and work with us, they felt they that could not release this information because of the Privacy Act. They could not even contact these people on our behalf to see if they wanted to be spoken to by *The Globe and Mail*.

We had great trouble finding a compilation of the Canadian victims of the World Trade Center. That frustrates us. In many immigration cases, where we believe there is a public interest at stake in terms of the determination of certain cases, we believe that government officials hide behind privacy laws that were not necessarily intended to be that stringent.

Vous utilisez des termes que je considère comme forts dans vos constats du genre « mauvaise application des lois en matière d'accès à l'information », « application trop zélée des lois en matière de protection de la vie privée », ou « conflits amenés par les tendances de certains éléments du système judiciaire ».

Dans le contexte de cette soif générale de nouvelles, si ces choses étaient assouplies et que vous aviez un meilleur accès à l'information, et si les juges ne faisaient pas ce qu'ils font, en quoi cela vous aiderait-il sur le plan de la concurrence?

M. Greenspon : Je n'ai pas soulevé cette question dans le contexte de la concurrence. C'est une préoccupation qui est partagée par tous les médias; c'est une question de société ouverte; c'est une question de capacité de rapporter les nouvelles. La question n'est pas celle du *Globe and Mail* par opposition à n'importe quelle autre entreprise médiatique. En fait, dans bien des cas, nous nous joignons à d'autres médias pour tenter de faire lever une interdiction de publication ou pour que soient rendues publiques des audiences tenues à huis clos.

Nous appuyons le *National Post* dans une affaire concernant Andrew MacIntosh et les tentatives de la GRC d'accéder à un document divulgué clandestinement. Nous intervenons à notre sens au service d'un intérêt général.

Nous considérons qu'il y a bel et bien des cas d'application erronée des lois en matière d'information. Les soi-disant « lois d'accès à l'information » bloquent souvent la divulgation d'informations qui devraient selon nous être rendues publiques. C'est ainsi que nos journalistes ont très tôt été entravés lorsqu'ils ont tenté de se renseigner au sujet des commandites. On leur a bloqué l'accès à de l'information qu'ils auraient à notre sens dû obtenir.

Je vais vous donner un exemple de ce que je considère comme étant une utilisation absolument ridicule des lois en matière de protection de la vie privée. Nous avons pour le Jour du Souvenir de l'an 2000 fait un reportage sur les anciens combattants de la Première Guerre mondiale. Nous voulions rendre hommage à tous les anciens combattants canadiens de la Première Guerre mondiale qui étaient toujours en vie, ce dans le cadre d'un article à leur sujet. Je pense qu'ils ne sont plus qu'une quinzaine environ. Même si le ministère des Anciens combattants voulait nous fournir des renseignements et travailler avec nous, il a jugé qu'il ne pouvait pas divulguer ces renseignements à cause de la Loi sur la protection des renseignements personnels. Il ne pouvait même pas contacter ces personnes pour notre compte pour voir si elles étaient d'accord pour que quelqu'un du *Globe and Mail* s'entretienne avec elles.

Nous avons eu énormément de mal à trouver la liste des victimes canadiennes dans l'écroulement des tours du World Trade Center. C'est frustrant pour nous. Dans de nombreuses affaires d'immigration, dans le cadre desquelles nous croyons qu'un certain intérêt public est en jeu, nous avons le sentiment que les fonctionnaires se cachent derrière les lois en matière de protection de la vie privée alors qu'il n'était pas prévu que celles-ci soient si strictes.

We respect the privacy of individuals. We have, in our code of conduct, certain strictures on when we will not identify people. There are legal prohibitions on it that we respect, such as the Young Offenders Act, of which we understand the intent and purpose. I am not speaking here as an absolutist; I am speaking in terms of the relative application, or what we would think of as the misapplication, of some of these laws.

Ms. Stead: We have certainly taken an activist role on a number of things in trying to open up the courts, and we have not been alone in a number of cases. In particular, the CBC and *The Toronto Star* have been involved, too. I have a list that includes the *Bernardo* case and Gomery inquiry. There was a famous case called *Dagenais* that did open up more information to the media. We were very active in getting the release of documents on the *Air India* trial.

It is costly to gain this information and it is not necessarily of benefit to us. The information if often opened up to all media at the same time, but we believe strongly in the public's right to know. We do take an activist role in that regard. We have two members on the CNA legal affairs committee. We work also on a trial-by-trial basis.

As Mr. Greenspon said, we backed the *National Post* in a trial involving attempts by the government to get a possible leaked document. We have also been involved in the *Julie O'Neill* case, adding our support to that of other media. We do feel very strongly about our role in advancing that cause.

Senator Ruth: I am forever tinged by the Supreme Court of Canada *Canadian Newspapers Co.* case wherein *The Globe and Mail* wished to print the names of the rape victims. I have never forgotten that case.

The Chairman: Even some of us journalists did not think that was a great idea.

Senator Tkachuk: The Canadian taxpayer funds CBC, which competes with your sister company, CTV.

Why is it not appropriate for the government to fund a national newspaper, as suggested by Patrick Watson?

Mr. Greenspon: I have spoken to Mr. Watson about the suggestion of a "CBC of print," which is the phrase he uses. I have said that, with all the values he set out, we have the CBC of print without the government having to own it. *The Globe and Mail* is very much the CBC of print. It is dedicated to quality journalism. It invests in its journalism, it fulfils public service functions, and the government does not own it.

It seems to me a necessary step, a step that has been taken in other jurisdictions, and it ends up being state organs that do not report fairly or accurately. They have the interests of the state at

Nous respectons la vie privée des gens. Notre code de conduite impose certaines limites quant aux situations dans lesquelles nous ne donnons pas l'identité des gens. Il existe certaines interdictions légales que nous respectons, par exemple la Loi sur les jeunes contrevenants, dont nous comprenons la raison d'être et l'objet. Je ne parle pas ici en tant qu'absolutiste; je parle de l'application relative ou de ce que nous interprétons comme un détournement de certaines de ces lois.

Mme Stead : Nous avons certainement joué un rôle de militant au sujet de diverses choses, ce pour tenter d'ouvrir les tribunaux, et dans plusieurs cas nous n'avons pas été seuls. Je citerai tout particulièrement la CBC et le *Toronto Star*, qui sont eux aussi intervenus. J'ai une liste qui inclut l'affaire *Bernardo* et l'enquête de la commission Gomery. Il y a également la fameuse affaire dite *Dagenais* qui a ouvert davantage de renseignements aux médias. Nous avons été très actifs s'agissant d'obtenir la diffusion de documents dans le procès au sujet de l'affaire *Air India*.

Il est coûteux d'obtenir ces informations et ce n'est pas forcément avantageux pour nous. Les renseignements sont souvent livrés en même temps à tous les médias, mais nous croyons fermement dans le droit du public de savoir. C'est pourquoi nous jouons un rôle de militant à cet égard. Nous avons deux membres qui siègent au Comité des affaires juridiques de l'ACJ. Nous travaillons également procès par procès.

Comme l'a dit M. Greenspon, nous avons appuyé le *National Post* dans un procès concernant des tentatives livrées par le gouvernement pour obtenir un document ayant pu faire l'objet d'une fuite. Nous sommes également intervenus dans l'affaire de *Julie O'Neill*, ajoutant notre appui à celui des autres médias. Nos avons de fermes convictions quant à notre rôle pour essayer de faire avancer cette cause.

Le sénateur Ruth : Je demeure marqué à jamais par l'affaire de la *Canadian Newspapers Co.* devant la Cour suprême du Canada et au cours de laquelle le *Globe and Mail* a voulu publier les noms des victimes de viol. Je n'ai jamais oublié cette affaire.

Le président : Même certains d'entre nous journalistes ne trouvaient pas que c'était une bonne idée.

Le sénateur Tkachuk : Le contribuable canadien finance la CBC, qui est en concurrence avec votre société sœur, CTV.

Pourquoi n'est-il pas approprié que le gouvernement finance un quotidien national, comme l'a suggéré Patrick Watson?

M. Greenspon : J'ai parlé avec M. Watson de la suggestion d'une « CBC de la presse écrite », pour reprendre la formule qu'il emploie. J'ai dit qu'avec les valeurs qu'il a énoncées, nous avons la CBC de la presse écrite sans qu'il faille que le gouvernement en soit le propriétaire. *The Globe and Mail* est tout à fait la CBC de la presse écrite. Le journal a pour vocation le journalisme de qualité. Il investit dans son journalisme, il accomplit des fonctions de service public et le gouvernement n'en est pas propriétaire.

Il semble que ce soit pour moi un pas nécessaire, un pas qui a été franchi dans d'autres pays et qui aboutit à une situation où les organes de l'État ne rapportent pas les faits de façon équitable et

heart. It seems to me a kind of redundancy and not the best use of government funds and not a great precedent to set.

Senator Tkachuk: That has not happened to the CBC.

Mr. Greenspon: No, it has not happened to the CBC. There are some famous cases where people do claim it happened, but not many of them, fortunately, have occurred in recent years. You are right. The BBC and the CBC are obviously very good public broadcast companies.

Senator Tkachuk: Is it possible that the CBC will develop a newspaper on the Web? I think they will and I want to know whether you think they will. They do not need paper. They could have a newspaper that would be very different from the CBC but would be a government-owned Internet newspaper.

Mr. Greenspon: The two major players in breaking news on the Web are globeandmail.ca and cbc.ca, and they both do a good job.

I know there is a debate at times on whether that is the proper use of resources within the CBC. That is convergence. Perhaps it will be an electronic version of a newspaper, but an electronic version of a newspaper is not really a newspaper. As I said, the Internet has unique qualities. A newspaper has unique qualities. You can feel it and you can smell it and you can hold it up and rub it against your face. It is portable. It has a certain vibrancy, particularly with the colour and design revolution that is happening in newspapers. They might move in that direction. I would say that they are now the main competitor of globeandmail.com on the Web for breaking news, and we are happy to compete with them as well.

Senator Milne: I am addicted to newspapers, and I read them voraciously. I believe very strongly in the freedom of the press, and I believe in your right to protect your sources.

I find it a rather interesting juxtaposition to say that governments should not overuse privacy laws, but you are completely free to protect your sources.

Mr. Greenspon: I am not exactly sure what you mean.

Senator Milne: I am saying that you are practising a double standard.

Mr. Greenspon: You might interpret it that way, but I do not think that we are practising a double standard. I would not. We protect sources in order to provide information to the public. We are not keeping the information from the public. The whole purpose of protecting a whistle blower is to give the public access to the information, not to keep the information out of the public

fidèle. Ils ont à cœur les intérêts de l'État. Il me semble qu'il y a là une certaine redondance et que ce n'est pas la meilleure utilisation à faire des fonds publics ni un bon précédent à établir.

Le sénateur Tkachuk : Cela n'est pas arrivé dans le cas de la CBC.

M. Greenspon : Non, cela n'est pas arrivé à la CBC. Il y a un certain nombre de cas très connus dans lesquels certains prétendent que c'est ce qui est arrivé, mais il n'y en a pas eu beaucoup, heureusement, ces dernières années. Vous avez raison. La BBC et la CBC sont, cela est évident, de très bons radio-télédiffuseurs publics.

Le sénateur Tkachuk : Est-il possible que la CBC lance un journal sur le Web? Je pense que oui, et j'aimerais savoir si vous êtes du même avis que moi. Elle n'a pas besoin d'un journal. Elle pourrait avoir un journal qui serait très différent de la CBC mais qui serait un journal Internet public.

M. Greenspon : Les deux principaux intervenants dans le domaine de la livraison de nouvelles-choc de dernière minute sur le Web sont globeandmail.ca et cbc.ca, qui, toutes deux, font un bon travail.

Je sais qu'il y a déjà eu des débats quant à savoir s'il s'agit là d'une bonne utilisation des ressources de la CBC. Voilà ce qu'est la convergence. Peut-être que ce sera une version électronique d'un journal, mais une version électronique de journal n'est en réalité pas un journal. Comme je l'ai dit, l'Internet offre des qualités uniques. Un journal présente lui aussi des qualités uniques. Vous pouvez le toucher, le sentir, le tenir et vous le frotter contre le visage. Il est portable. Il a une certaine vitalité, surtout avec l'utilisation de la couleur et la révolution qui s'opère côté disposition et mise en page. Peut-être que la CBC ira dans cette direction-là. Je dirais qu'elle est aujourd'hui le principal concurrent de globeandmail.com sur le Web pour ce qui est des nouvelles toutes fraîches, et nous sommes heureux de l'y concurrencer.

Le sénateur Milne : Je suis un accroc des quotidiens, et je les lis avec un appétit vorace. Je crois très fermement dans la liberté de la presse et dans votre droit de protéger vos sources.

Je trouve que c'est une juxtaposition plutôt intéressante de dire que les gouvernements ne devraient pas abuser des lois en matière de protection de la vie privée alors que vous vous êtes complètement libres de protéger vos sources.

M. Greenspon : Je ne suis pas certain de comprendre ce que vous voulez dire.

Le sénateur Milne : Ce que je dis c'est que vous avez un système de deux poids deux mesures.

M. Greenspon : Vous pouvez interpréter les choses ainsi, mais je ne pense pas que nous appliquions deux poids deux mesures. Ce ne serait pas mon cas à moi. Nous protégeons nos sources afin de pouvoir livrer l'information au public. Nous ne privons pas le public d'information. Tout l'objet de la protection des dénonciateurs est de donner au public accès à l'information, et

realm. Governments have public information, and governments are servants of their citizens.

Senator Milne: Tell me about it. I have been trying to pry the historic census loose for eight years.

Mr. Greenspon: I applaud and support your efforts. I think we are allies, senator.

We should not misconstrue the nature of protecting sources. Sometimes people want to come forward with information but fear reprisals. I want to be clear on this point.

Senator Milne: Are you saying that government should have whistle blowing legislation to protect sources within government as well?

Mr. Greenspon: I will not get into the legislation part of it, but as part of several hundred years of tradition of press freedom, the protection of sources is necessary, but to the end of getting the information out to the public.

Senator Johnson: Do you get many complaints from your readers about your coverage? What kind of complaints do you get, and how many would you get on a regular basis?

Mr. Martin: Including mail now sent directly to our Internet site, we receive well over 300 letters to the editor, every day. Of those that we consider for publication, 200 to 300 every day come in. Are most of them critical? Yes. The majority of them are not praising what we have done, although they are usually taking exception with points of view that have been expressed either in editorials, commentaries or statements made by news figures that we have reported on. The letters take exception with the issues that are out there. Many of those people that they disagree with are our own staff columnists. Those are the ones that probably generate the most mail, and most of that mail we get will be critical. They will disagree with a position they have taken. They tend to send letters to the editor with those points of view that are critical and to the writers themselves those things are the praising. We only go through the ones that are sent to the editor. Again, it is criticism on substance of content, not on the performance of the paper per se.

Senator Johnson: *The New York Times* has a public editor who investigates complaints, but yours are not really complaints?

Mr. Martin: Some are, and we consider publishing them. When they point out errors, we publish corrections.

Senator Johnson: What do you think about what they have at *The New York Times*?

non pas de mettre des informations à l'abri du domaine public. Les gouvernements disposent de renseignements publics et les gouvernements sont les serveurs des citoyens.

Le sénateur Milne : Parlez m'en. Cela fait huit ans que j'essaie de libérer les recensements historiques.

M. Greenspon : J'applaudis à vos efforts et je les appuie. Je pense que nous sommes des alliés, sénateur.

Nous ne devrions pas mal interpréter l'objet de la protection de sources. Il arrive que des personnes veuillent fournir des renseignements mais craignent des représailles. Je tiens à être très clair là-dessus.

Le sénateur Milne : Êtes-vous en train de dire que le gouvernement devrait avoir des lois en matière de dénonciation pour protéger également les sources à l'intérieur du gouvernement?

M. Greenspon : Je ne vais pas me mêler de l'aspect législatif de la chose, mais dans le contexte de plusieurs centaines d'années de tradition de liberté de la presse, la protection des sources est nécessaire, mais dans le but de livrer les renseignements au public.

Le sénateur Johnson : Recevez-vous de nombreuses plaintes de lecteurs au sujet de votre couverture? Quel genre de plaintes recevez-vous et combien en recevez-vous de façon régulière?

M. Martin : Si l'on inclut le courrier qui est aujourd'hui envoyé directement à notre site Internet, nous recevons chaque jour au-delà de 300 lettres au rédacteur. Nous recevons chaque jour entre 200 et 300 lettres que nous examinons aux fins de leur publication dans le courrier des lecteurs. Et la plupart d'entre elles sont-elles critiques à l'égard de notre travail? Oui. La grande majorité d'entre elles ne louangent pas ce que nous faisons, mais en règle générale elles viennent en réponse à des opinions exprimées ou dans la page de l'éditorial ou dans le cadre de commentaires ou de déclarations faites par des personnalités et que nous avons rapportés. Les lettres sont des expressions d'opposition. Dans bien des cas, les opinions contestées sont celles de nos propres chroniqueurs. Ce sont sans doute eux qui attirent le plus de courrier, et le gros de ce courrier sera critique. Les gens contesteront une position prise. Lorsqu'ils sont contre quelque chose ils ont tendance à envoyer une lettre au rédacteur, mais lorsqu'ils sont d'accord, c'est plutôt à l'auteur de l'article qu'ils écrivent directement. Nous ne passons en revue que les lettres adressées au rédacteur. Encore une fois, ces critiques visent le fond, le contenu, mais non pas le travail du journal en tant que tel.

Le sénateur Johnson : *The New York Times* a un rédacteur public qui fait enquête sur les plaintes, mais dans votre cas, il ne s'agit pas vraiment de plaintes?

M. Martin : Dans certains cas, et il nous faut alors décider si nous voulons les publier ou non. Lorsqu'on nous souligne des erreurs, nous publions des rectificatifs.

Le sénateur Johnson : Que pensez-vous de ce qu'ils ont au *New York Times*?

Mr. Greenspon: *The New York Times* appointed their public editor in the context of the crisis that *The New York Times* was going through, a crisis of credibility. It is something that we talk about from time-to-time.

My inclination is that the editors of the paper, and ultimately me as the editor-in-chief, have to be responsible for the content of the newspaper. I have to answer for that content. I do receive emails and letters and calls from readers or from people who have been depicted in stories who will complain that their depiction in a story was not fair. Every editor receives these types of letters.

I will receive points where the fever is hot on an issue — many interventions from people whether it is the same-sex marriage issue or whether it is the coverage of the Iraq war. Certainly, during an election campaign I hear from partisans of all stripes, that this was unfair or that was unfair. What you get is often extremely contradictory. We are also the target of organized campaigns. We had an organized campaign against us recently that generated hundreds and hundreds of emails on the same-sex marriage issue. This is part of life.

The editor-in-chief is responsible for the content of the newspaper. Other people are experimenting with other models, and I will not be dismissive of those models. I just have not yet been convinced of them.

Mr. Martin: We frequently provide space on the op-ed page for side voices to be critical of newspaper performances, including our own. Some of our own contracted columnists frequently veer into this area and let us know how they feel about it.

The Chairman: There was something very interesting in the *National Post* today. I do not mean this is the only time. In this connection, in one of their comment pages, they had a piece from their editorials editor giving a long list of people he said owed apologies to Judy Sgro, and his own page was part of his list. It is very rare that you will see a newspaper actually admit that they need to apologize for something in the paper. I found the comment interesting and the placement of it also very interesting. It is because it is so rare that it is so interesting.

Senator Tkachuk: Maybe they apologized too soon.

The Chairman: I do not think so.

You belong to the Ontario Press Council. Does its writ run to your website, or is it purely the print product over which the council has jurisdiction?

Ms. Stead: I do not know the answer to that question. I have just taken over responsibility for the press council.

The Chairman: We heard from the press council, and I confess that I did not ask them that question.

M. Greenspon : Le *New York Times* a nommé son propre rédacteur public dans le contexte de la crise que vivait le *New York Times*, une crise de crédibilité. C'est une chose dont nous discutons de temps à autre.

Je serais plutôt porté à dire que les rédacteurs du journal, et en bout de ligne moi, en ma qualité de rédacteur en chef, devons être responsables du contenu du journal. Il me faut en rendre compte. Je reçois des courriels, des lettres et des appels de lecteurs ou de personnes dont on a parlé dans des reportages et qui se plaignent, disant que la façon dont elles ont été présentées dans tel ou tel article n'était pas juste. Tous les rédacteurs reçoivent des lettres du genre.

Je marque des points lorsque la température monte et qu'on est aux prises avec un dossier chaud que ce soit le mariage entre personnes de même sexe ou la couverture de la guerre en Iraq. En période de campagne électorale, je reçois des nouvelles de partisans de tous les partis qui viennent me dire que tel ou tel article était injuste. Ce qu'on reçoit est souvent contradictoire. Nous sommes également la cible de campagnes organisées. Nous avons récemment été visés par une campagne organisée dans le cadre de laquelle nous avons reçu des centaines et des centaines de courriels sur le mariage gai. Cela fait partie de la vie.

Le rédacteur en chef est responsable du contenu du journal. D'autres gens expérimentent d'autres modèles, et je ne vais pas les écarter automatiquement. Je n'ai tout simplement encore jamais été convaincu par l'un quelconque d'entre eux.

M. Martin : Nous fournissons souvent de la place sur la page en regard de l'éditorial pour l'expression de voix critiques du travail des journaux, y compris le nôtre. Certains de nos propres chroniqueurs sous contrat s'y aventurent souvent et nous laissent savoir ce qu'ils pensent.

Le président : Il y a eu quelque chose de très intéressant dans le *National Post* d'aujourd'hui. Je ne veux pas dire par là que cela a été la seule fois. Dans une des pages commentaires, il y a un article du rédacteur de la page éditoriale qui donne une longue liste de personnes dont il dit qu'elles doivent des excuses à Judy Sgro, et y figure sa propre page. Il est très rare de voir un journal reconnaître qu'il lui faut réellement s'excuser pour quelque chose qui a paru dans le journal. J'ai trouvé ce commentaire intéressant, ainsi que son placement. C'est du fait de sa rareté que cela est si intéressant.

Le sénateur Tkachuk : Peut-être qu'ils se sont excusés trop vite.

Le président : Je ne le pense pas.

Vous appartenez au Conseil de presse de l'Ontario. Sa surveillance s'exerce-t-elle sur votre site Web, ou bien le Conseil n'a-t-il compétence qu'en ce qui concerne le produit imprimé?

Mme Stead : Je ne connais pas la réponse à cette question. Je viens tout juste d'assumer la responsabilité en ce qui concerne le conseil de presse.

Le président : Nous avons entendu des représentants du conseil de presse et je dois avouer que je ne leur ai pas posé cette question.

Ms. Stead: There has not been a complaint about anything that has been on the website.

Mr. Greenspon: Anything that runs in the newspaper appears on the website as well. In addition to the "Breaking News" site, the entire content of the newspaper is available on the website.

The Chairman: If somebody brings a complaint to the press council, would you fight that and say, "You do not have the mandate to do that?"

Ms. Stead: I do not know. We would have to look to see what the charter says. I honestly do not know.

The Chairman: As you pointed out to us, Mr. Greenspon, you have a wide array of competitors. The obvious competitor is the *National Post*. It is famously losing money. Is *The Globe and Mail* making any money?

Mr. Greenspon: I am not sure that I should be getting into the financial position of *The Globe and Mail*. *The Globe and Mail* is not broken out in its public statements.

You can look at those public statements and see that the media group is doing very well, but I do not think it is incumbent upon me to discuss this information. This information is not reported through to me. I am the editor of the paper, not the chief financial officer.

The Chairman: You are not a member of the management committee?

Mr. Greenspon: I am a member of the management committee. I will say that the paper is healthy.

The Chairman: That is helpful. The reason for the question is not prurient interest, although one of course is always interested. The reason for my question is going back to the earlier question about the ability of large newsgathering organizations to survive on a commercial basis.

Mr. Greenspon: That is a good question in that context. Clearly, we need news organizations that can agglomerate enough resources to invest in their journalism. We all understand the fragmented nature of media. It is not completely useful to have 200 journalists, working for 200 different organizations, and all reporting the exact same story.

It is more useful to have large organizations that can agglomerate journalistic resources and invest in finding out things and sending people to China and in supporting people in the sponsorship scandal investigation and having a correspondent in Africa in whatever those instances might be. We are very fortunate to be in that position. You can see the proof every day and our readers can see that as well. We take this responsibility very seriously.

The Chairman: We talked about the impact of the Internet on the mother paper.

Is there an impact of the growing number of free dailies on the traditional paid newspaper model?

Mme Stead : Il n'y a pas eu la moindre plainte sur quoi que ce soit qui ait été affiché sur le site Web.

M. Greenspon : Je pense que tout ce qui paraît dans le journal figure également sur le site Web. En plus du site « Breaking News », tout le contenu du journal est disponible sur le Web.

Le président : Si quelqu'un portait plainte devant le conseil de presse, vous défendriez-vous en disant « Vous n'avez pas le mandat de faire cela? »

Mme Stead : Je ne sais pas. Il nous faudrait vérifier ce que dit la Charte. Franchement, je ne sais pas.

Le président : Comme vous nous l'avez dit, monsieur Greenspon, vous avez une vaste gamme de concurrents. Le plus évident est le *National Post*. Il perd de l'argent, tout le monde le sait. *The Globe and Mail* en gagne-t-il?

M. Greenspon : Je ne sais trop si je devrais aborder la situation financière du *Globe and Mail*. Le *Globe and Mail* ne figure pas à part dans les déclarations publiques.

Vous pouvez examiner ces déclarations publiques et voir que le groupe médiatique se débrouille fort bien, mais je ne sais pas s'il me revient à moi de discuter de ces renseignements. Ces renseignements ne sont pas rapportés par mon intermédiaire. Je suis le rédacteur en chef du journal et non pas son directeur des finances.

Le président : Vous n'êtes pas membre du comité de gestion?

M. Greenspon : Je suis membre du comité de gestion. Je dirais que le journal se porte bien.

Le président : C'est utile. Si je pose la question, ce n'est pas par intérêt luxurieux, bien que l'on s'intéresse bien sûr toujours à ces choses. La raison de ma question remonte à la question antérieure quant à la capacité des grosses organisations d'information à survivre sur le plan commercial.

M. Greenspon : C'est une bonne question dans ce contexte-là. Clairement, il nous faut des médias d'information qui puissent réunir suffisamment de ressources pour pouvoir investir dans leur journalisme. Nous comprenons tous la nature fragmentée des médias. Il n'est pas très utile d'avoir 200 journalistes travaillant pour 200 boîtes différentes et qui racontent tous exactement la même histoire.

Il est plus utile d'avoir de grosses organisations qui puissent rassembler des ressources journalistiques et investir dans la recherche, envoyer des gens en Chine, appuyer des enquêteurs sur le scandale des parrainages, avoir des correspondants en Afrique ou autre. Nous avons le bonheur de nous trouver dans une telle situation. Vous en voyez la preuve chaque jour, comme c'est le cas de nos lecteurs. Nous prenons très au sérieux cette responsabilité.

Le président : Nous avons parlé de l'incidence de l'Internet sur le journalisme.

Le nombre croissant de quotidiens distribués gratuitement attile une incidence sur le modèle traditionnel du journal qu'il faut payer?

Mr. Greenspon: The free dailies are a good example of what you are getting in a sense. What they do is they repurpose other people's news. You will not see the free sheets breaking many stories.

The early evidence of the impact comes in the latest readership statistics in Toronto, where the free sheets have been in Canada the longest. *Metro* and *24 Hours* now have a third free sheet in their group. In that period, *The Globe and Mail* grew by 3 per cent in Toronto. They are in a very different marketplace. That information was very encouraging to us.

The Chairman: True, but they are attracting some readers. Did you take defensive measures of any kind?

Mr. Greenspon: No, we have not. We have invested in the journalism. In that period, we raised our cover price and still we had the growth.

Other papers seem to be struggling more. I do not know if that is a direct result of the other free sheet. The readership numbers for *The Toronto Star* seem to be the same or have grown a little. The *National Post's* and the *Toronto Sun's* numbers are down drastically. It is hard to ascertain causality, and we are pleased with our upward trend.

Indeed, we are investing much more heavily in Vancouver. We have made some recent hires in Vancouver. We have expanded our staff and our space in British Columbia. Our growth in the shrinking newspaper market of Vancouver, particularly in our Saturday edition, has been gaining very smartly and that is in a free sheet environment. There has been an aggressive expansion of the free papers into that market. We like to think, we hope that we will be competing for a different kind of a reader, a reader who is willing to pay for quality.

The Chairman: What is your circulation in Vancouver or in B.C.?

Mr. Greenspon: Our daily readership is between 125,000 and 150,000 readers.

The Chairman: Is that two and one-half readers per copy?

Mr. Greenspon: Yes, the figure is something like that.

The Chairman: Are you in favour of shield laws that protect journalists from having to reveal their sources?

You can respond as working journalists if *The Globe and Mail* does not have an official position on it.

Mr. Greenspon: What we have seen is the courts have been good, particularly with the interpretation of the Charter guarantees on press freedom and in light of *Dagenais*. There is a case going on in Hamilton which is a case that people are watching very carefully.

M. Greenspon : Les quotidiens gratuits sont un bon exemple de ce que vous obtenez, en un sens. Ce qu'ils font c'est qu'ils réemballent les actualités de quelqu'un d'autre. Vous ne verrez pas ces publications distribuées gratuitement annoncer beaucoup de nouvelles en primeur.

Les premières preuves de leur incidence nous ont été livrées par les dernières statistiques en matière d'effectif-lecteurs à Toronto, la ville canadienne où ces journaux gratuits existent depuis le plus longtemps. *Metro* et *24 Hours* comptent maintenant parmi leur groupe un troisième journal gratuit. Pendant cette période, le *Globe and Mail* a connu une croissance de 3 p. 100 à Toronto. Il s'agit de marchés très différents. Ces renseignements ont été très encourageants pour nous.

Le président : Vrai, mais ils attirent certains lecteurs. Avez-vous pris quelque mesure de défense?

M. Greenspon : Non. Nous avons investi dans le journalisme. Pendant cette période, nous avons augmenté notre prix au numéro et nous avons continué de connaître une croissance.

D'autres journaux semblent connaître davantage de difficultés. J'ignore si c'est là un résultat direct de ce nouvel arrivant gratuit. L'effectif-lecteurs du *Toronto Star* semble être demeuré le même, voire avoir augmenté quelque peu. Les chiffres du *National Post* et du *Toronto Sun* ont baissé de façon marquée. Il est difficile d'en connaître la cause, mais nous sommes heureux de notre tendance à la hausse.

En effet, nous investissons beaucoup plus lourdement à Vancouver. Nous y comptons un certain nombre de nouvelles recrues. Nous avons augmenté notre personnel et nos locaux en Colombie-Britannique. Notre croissance dans le marché rétrécissant des journaux à Vancouver, surtout avec l'édition du samedi, va très bon train, et il ne faut pas oublier qu'il s'agit d'un marché à l'intérieur duquel il existe de nombreux journaux gratuits. Il y a eu une expansion agressive des journaux gratuits dans ce marché. Nous nous plaisons à croire et à espérer que nous sommes en concurrence pour un genre de lecteur différent, un lecteur qui est prêt à payer pour de la qualité.

Le président : Quel est votre tirage à Vancouver ou en Colombie-Britannique?

M. Greenspon : Notre effectif-lecteurs quotidien se situe entre 125 000 et 150 000.

Le président : Et comptez-vous deux lecteurs et demi par journal?

M. Greenspon : Oui, quelque chose du genre.

Le président : Êtes-vous en faveur des lois en matière de confidentialité des sources qui protègent les journalistes?

Vous pouvez répondre en votre qualité de journalistes actifs si le *Globe and Mail* n'a pas en la matière de position officielle.

M. Greenspon : Ce que nous avons vu dans les tribunaux a été bien, notamment en ce qui concerne l'interprétation des garanties de la Charte en matière de liberté de la presse et l'affaire *Dagenais*. Il y a une affaire en cours à Hamilton que les gens suivent de très près.

In honesty, I have to say that I do not think we have had a lot of discussion whether shield laws are a necessary response. We are in favour of journalists being able to protect their sources because that is a very important part of how they function. We believe that the direction given to the courts through *Dagenais* talks very much about the need to balance out press freedom against fair trial rights, and not be casual about impinging on those freedoms in any way.

On the question of shield laws per se, I am afraid I have to pass. I will give it more thought.

The Chairman: If you have further thoughts, do send them to us. It is a two-edged sword because in order to have a law protecting a journalist, you must define "journalist."

If I could come back to the relationship with CTV, when the merger occurred, the CRTC imposed conditions. The CRTC can only impose conditions on CTV. However, those conditions included separate newsroom management.

I think you have made it plain that in your view there is separate newsroom management.

It also included a monitoring committee to receive complaints and investigate any of the principles involved in the conditions established by the CRTC.

Have you ever seen any indication of such a monitoring committee?

Mr. Greenspon: Having perused some of the other testimony, I have seen this committee asked by the committee. We are not involved with any monitoring committee. It would be inappropriate for us to be monitored, as we are self-monitored and try to be very transparent.

The Chairman: It was not a CRTC committee but a CTV committee that was established.

Mr. Greenspon: That is not my bailiwick.

The Chairman: I take that as an indication that you have not had any encounters with them.

Mr. Greenspon: That is correct.

The Chairman: You talked quite interestingly about the way, on a day-to-day basis, reporters may or may not co-operate, or decide on joint story assignments if it seems appropriate. You also said to us that it is your decision and that nobody tells you to do this. I am pretty sure that is the message you were conveying to us.

Is your code of conduct on the Web?

Mr. Greenspon: Yes, it is on our website.

Bien franchement, il me faut dire que je ne pense pas que nous ayons beaucoup discuté de la question de savoir si les lois en matière de confidentialité des sources sont une réponse nécessaire. Nous sommes en faveur de la possibilité pour les journalistes de protéger leurs sources car c'est là un élément très important de leur mode de fonctionnement. Nous croyons que l'affaire *Dagenais* est en train de faire ressortir très clairement pour les tribunaux la nécessité d'équilibrer liberté de la presse et droit à un procès équitable et de ne pas empiéter à la légère de quelque façon que ce soit sur ces libertés.

Quant à la question des lois en matière de confidentialité des sources en tant que telles, je ne peux malheureusement pas m'y prononcer. Je vais y réfléchir plus avant.

Le président : Si vous avez d'autres idées, communiquez-les nous. C'est un couteau à double tranchant car pour avoir une loi qui protège les journalistes, il vous faut définir ce qu'est un « journaliste ».

Si vous permettez que je revienne sur la relation avec CTV, lors de la fusion, le CRTC a imposé des conditions. Le CRTC ne peut imposer des conditions qu'à CTV. Cependant, ces conditions comprennent une gestion de salle des nouvelles distincte.

Je pense que vous avez établi clairement qu'à votre avis il existe une gestion de salle des nouvelles distincte.

Une autre exigence était la création d'un comité de surveillance chargé de recevoir les plaintes et d'enquêter sur les principes visés dans les conditions établies par le CRTC.

Avez-vous jamais vu la moindre preuve de l'existence d'un tel comité de surveillance?

M. Greenspon : Ayant parcouru certains des autres témoignages, je sais que le comité ici réuni a déjà posé la question. Nous ne faisons affaire avec aucun comité de surveillance. Il ne serait pas approprié que nous soyons surveillés étant donné que nous nous auto-surveillons et que nous nous efforçons d'être très transparents.

Le président : Ce n'est pas un comité du CRTC mais bien un comité de CTV qui a été créé.

M. Greenspon : Cela n'est pas de mon domaine.

Le président : J'en déduis que vous ne l'avez jamais rencontré ce comité.

M. Greenspon : C'est exact.

Le président : Vous avez parlé, de manière très intéressante, de la façon dont, au jour le jour, des journalistes peuvent ou non collaborer ou décider de couvrir conjointement une affaire donnée, si cela semble indiqué. Vous nous avez également dit que c'est là votre décision et que personne ne vous dit quoi faire. Je suis à peu près certain que c'est là le message que vous nous livriez.

Votre code de conduite figure-t-il sur le Web?

M. Greenspon : Oui, sur notre site Web.

The Chairman: It is great that all of your journalists receive the code of conduct as part of the stylebook; that is fascinating.

Was there ever any kind of a strategic statement from BCE or anybody else, about the way in which, from the point of view of the journalistic operations, this relationship was to be handled?

Indeed, has there ever been such a statement about your relationship with BCE in terms of journalism?

Mr. Greenspon: In my three years as editor, there has never been a discussion of that kind.

The Chairman: What I am driving at is more if anybody ever offered you this extra layer of protection for journalistic independence?

Mr. Greenspon: They handed me the keys to the office and said, "Go along and do your job." So far, I am inferring they are content, but I am only inferring it because they do not talk to me.

The Chairman: You still have the keys to the office.

Mr. Greenspon: I still have the keys to the office, yes.

The Chairman: I asked this kind of question because we have heard from various journalists and professors about self-censorship. People who are actually covering stories or first-line editors who are assigning or editing stories are suggesting that the self-censorship sometimes can go beyond what the proprietor would actually have desired, even a very interventionist proprietor.

Have you ever thought anything like that would be a danger in a situation such as the one you are in now?

Mr. Greenspon: No. As I said, I think that our proprietors understand that good journalism is good business, particularly for a newspaper like the *The Globe and Mail* with a very sophisticated readership that can smell a rat many kilometres away. They understand that our currency is our authority, our credibility, our integrity and our reputation.

In the first paragraph of our code of conduct, we say:

The newspaper's greatest assets are its integrity and credibility. The first aim of this document is to ensure that *The Globe and Mail* and its editorial staff conduct themselves honourably in all circumstances and are seen to do so. The second is to interfere in staffers' lives no more than is clearly necessary for the purpose.

A senior committee of editors and writers worked out this code. It is not a purely management code. It has been worked out and rearticulated over a number of years. We do not have an added layer of protection, nor do we seek an added layer of protection.

The Chairman: Would it do any harm?

Le président : Il est formidable que tous vos journalistes reçoivent le code de conduite comme partie intégrante du guide stylistique; cela est fascinant.

Les EBC ou quelqu'un d'autre ont-ils jamais élaboré un énoncé de stratégie quant à la façon dont, dans le contexte des opérations journalistiques, cette relation devait être gérée?

En d'autres termes, y a-t-il jamais eu une telle déclaration au sujet de votre relation avec les EBC sur le plan journalisme?

M. Greenspon : Pendant mes trois années en tant que rédacteur, il n'y a jamais eu de discussion du genre.

Le président : Ce que j'aimerais déterminer c'est si quelqu'un vous a jamais offert cette couche de protection supplémentaire pour votre indépendance journalistique?

M. Greenspon : Ils m'ont tendu les clés du bureau et m'ont dit: « Vas-y et fais ton travail ». Jusqu'ici, j'ai toujours supposé qu'ils parlaient contenu, mais ce n'est là qu'une hypothèse, car ils ne me parlent pas.

Le président : Vous avez toujours les clés du bureau.

M. Greenspon : Oui, j'ai toujours les clés du bureau.

Le président : Si je vous pose ce genre de question c'est que différents journalistes et professeurs nous ont parlé d'auto-censure. Des personnes qui couvrent l'actualité ou des rédacteurs de première ligne qui affectent les tâches ou passent derrière disent que l'auto-censure va parfois au-delà de ce que le propriétaire aurait en fait souhaité, même un propriétaire très interventionniste.

Avez-vous jamais pensé qu'une chose du genre pourrait être un danger dans une situation comme celle que vous connaissez à l'heure actuelle?

M. Greenspon : Non. Comme je l'ai dit, je pense que nos propriétaires comprennent que bon journalisme est synonyme de bonnes affaires, surtout pour un journal comme *The Globe and Mail* qui a des lecteurs très sophistiqués qui ont la puce à l'oreille. Ils comprennent que notre devise c'est notre autorité, notre crédibilité, notre intégrité et notre réputation.

Voici ce que dit le premier paragraphe de notre code de conduite :

Les meilleurs atouts du journal sont son intégrité et sa crédibilité. L'objet premier du présent document est de veiller à ce que *The Globe and Mail* et son équipe de rédaction se comportent de façon honorable en tout temps et soient perçus comme ce faisant. Le deuxième est que l'on ne s'immisce pas plus dans la vie des employés que cela n'est nécessaire à cette fin.

Un comité supérieur de rédacteurs et de journalistes a élaboré ce code. Il ne nous est pas simplement venu de la direction. On y travaille et on le remanie depuis plusieurs années. Nous n'avons pas une couche de protection supérieure, pas plus que nous en voulons une.

Le président : Cela vous nuirait-il?

Mr. Greenspon: We have the freedom to do the job as we see fit. That is our freedom to hopefully use properly. We are all very professional about our journalistic freedom. Three hundred and fifty of the highest calibre journalists you can find understand that freedom.

The Chairman: Would it do any harm to have such a statement?

Mr. Greenspon: Could you explain such a statement?

The Chairman: I am thinking of a statement that says that you are to operate independently of CTV and to treat BCE in exactly the same way you treat all other corporations that you cover.

Mr. Greenspon: I shy away from the codification of anything that may potentially get interpreted backwards in some way. I do not see it as necessary.

The Chairman: Thank you, all three of you, very much. This has been an extremely interesting session. We are grateful to you. If your \$14.95 turns out to be the wrong number, will you let us know?

Mr. Greenspon: Thank you very much for the opportunity to present.

The committee adjourned.

M. Greenspon : Nous sommes libres de faire le travail comme bon nous semble. À nous d'exercer cette liberté, je l'espère, à bon escient. Nous sommes tous très professionnels quant à notre liberté journalistique. Nous sommes trois cent cinquante journalistes de toute première classe à comprendre cette liberté.

Le président : Cela vous nuirait-il qu'il y ait une telle déclaration?

M. Greenspon : Pourriez-vous expliquer quelle serait cette déclaration?

Le président : Je songe à une déclaration disant que vous devez fonctionner indépendamment de CTV et traiter les EBC exactement de la même façon que vous traitez toutes les autres sociétés que vous couvrez.

M. Greenspon : J'évite toujours de codifier quoi que ce soit qui puisse de quelque façon être interprété de travers. Je ne considère pas que ce soit nécessaire.

Le président : Merci beaucoup à tous les trois. Cette séance a été extrêmement intéressante. Si vos 14,95 \$ s'avèrent être le mauvais chiffre, pourriez-vous nous le faire savoir?

M. Greenspon : Merci beaucoup de nous avoir donné l'occasion de comparaître devant vous.

La séance est levée.



If undelivered, return COVER ONLY to:
Public Works and Government Services Canada –
Publishing and Depository Services
Ottawa, Ontario K1A 0S5

En cas de non-livraison,
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada –
Les Éditions et Services de dépôt
Ottawa (Ontario) K1A 0S5

WITNESSES

Tuesday, May 10, 2005:

As an individual (by video conference):

Damian Tambini, Head, Programme in Comparative Media Law
and Policy, Centre for Socio-Legal Studies, University of Oxford.

Wednesday, May 11, 2005:

The Globe and Mail:

Edward Greenspon, Editor-in-Chief;

Sylvia Stead, Deputy Editor;

Patrick Martin, Comment Editor.

TÉMOINS

Le mardi 10 mai 2005 :

À titre personnel (par vidéoconférence) :

Damian Tambini, directeur, Programme in Comparative Media
Law and Policy, Centre for Socio-Legal Studies, University of
Oxford.

Le mercredi 11 mai 2005 :

The Globe and Mail :

Edward Greenspon, rédacteur en chef;

Sylvia Stead, éditrice déléguée;

Patrick Martin, éditeur responsable des commentaires.





First Session
Thirty-eighth Parliament, 2004-05

SENATE OF CANADA

*Proceedings of the Standing
Senate Committee on*

Transport and Communications

Chair:

The Honourable JOAN FRASER

Tuesday, June 7, 2005
Wednesday, June 8, 2005

Issue No. 20

First and second meetings on:

Bill C-3, An Act to amend the Canada Shipping Act,
the Canada Shipping Act, 2001, the Canada National
Marine Conservation Areas Act
and the Oceans Act

First meeting on:

Bill S-31, An Act to authorize the construction
and maintenance of a bridge over the St. Lawrence River
and a bridge over the Beauharnois Canal for the purpose
of completing Highway 30

and

Forty-seventh meeting on:

The current state of Canadian media industries

APPEARING:

The Honourable Jean-C. Lapierre, P.C., M.P.,
Minister of Transport

INCLUDING:

THE SEVENTH REPORT OF THE COMMITTEE
(Bill C-3)

WITNESSES:

(See back cover)

Première session de la
trente-huitième législature, 2004-2005

SÉNAT DU CANADA

*Délibérations du Comité
sénatorial permanent des*

Transports et des communications

Présidente :

L'honorable JOAN FRASER

Le mardi 7 juin 2005
Le mercredi 8 juin 2005

Fascicule n° 20

Première et deuxième réunions concernant :

Le projet de loi C-3, Loi modifiant la Loi sur la marine
marchande du Canada, la Loi de 2001 sur la marine marchande
du Canada, la Loi sur les aires marines nationales de conservation
du Canada et la Loi sur les océans

Première réunion concernant :

Le projet de loi S-31, Loi autorisant la construction
et l'entretien d'un pont franchissant le fleuve Saint-Laurent
et d'un pont franchissant le canal de Beauharnois
en vue du parachèvement de l'autoroute 30

et

Quarante-septième réunion concernant :

L'état actuel des industries de médias canadiennes

COMPARAÎT :

L'honorable Jean-C. Lapierre, C.P., député,
ministre des Transports

Y COMPRIS :

LE SEPTIÈME RAPPORT DU COMITÉ
(Le projet de loi C-3)

TÉMOINS :

(Voir à l'endos)

THE STANDING SENATE COMMITTEE
ON TRANSPORT AND COMMUNICATIONS

The Honourable Senator Joan Fraser, *Chair*

The Honourable Senator David Tkachuk, *Deputy Chair*
and

The Honourable Senators:

Adams	* Kinsella
* Austin, P.C.	(or Stratton)
(or Rompkey, P.C.)	Mahovlich
Eggleton, P.C.	Merchant
Eyton	Munson
Hubley	Nolin
Johnson	

*Ex officio members

(Quorum 4)

Changes in membership of the committee:

Pursuant to rule 85(4), membership of the committee was amended as follows:

The name of the Honourable Senator Nolin substituted for that of the Honourable Senator Carney, P.C. (*June 6, 2005*).

The name of the Honourable Senator Eggleton, P.C., was added (*June 7, 2005*).

The name of the Honourable Senator Hubley substituted for that of the Honourable Senator Chaput (*June 7, 2005*).

The name of the Honourable Senator Adam substituted for that of the Honourable Senator Phalen (*June 7, 2005*).

The name of the Honourable Senator Mahovlich substituted for that of the Honourable Senator Trenholme Counsel (*June 7, 2005*).

LE COMITÉ SÉNATORIAL PERMANENT
DES TRANSPORTS ET DES COMMUNICATIONS

Présidente : L'honorable Joan Fraser

Vice-président : L'honorable David Tkachuk
et

Les honorables sénateurs :

Adams	* Kinsella
* Austin, C.P.	(ou Stratton)
(ou Rompkey, C.P.)	Mahovlich
Eggleton, C.P.	Merchant
Eyton	Munson
Hubley	Nolin
Johnson	

*Membres d'office

(Quorum 4)

Modifications de la composition du comité :

Conformément à l'article 85(4) du Règlement, la liste des membres du comité est modifiée, ainsi qu'il suit :

Le nom de l'honorable sénateur Nolin est substitué à celui de l'honorable sénateur Carney, C.P. (*le 6 juin 2005*).

Le nom de l'honorable sénateur Eggleton, C.P., est ajouté (*le 7 juin 2005*).

Le nom de l'honorable sénateur Hubley est substitué à celui de l'honorable sénateur Chaput (*le 7 juin 2005*).

Le nom de l'honorable sénateur Adams est substitué à celui de l'honorable sénateur Phalen (*le 7 juin 2005*).

Le nom de l'honorable sénateur Mahovlich est substitué à celui de l'honorable sénateur Trenholme Counsel (*le 7 juin 2005*).

ORDERS OF REFERENCE

Extract from the *Journals of the Senate* of Thursday, April 14, 2005:

Resuming debate on the motion of the Honourable Senator Moore, seconded by the Honourable Senator Furey, for the second reading of Bill C-3, An Act to amend the Canada Shipping Act, the Canada Shipping Act, 2001, the Canada National Marine Conservation Areas Act and the Oceans Act.

After debate,

The question being put on the motion, it was adopted.

The bill was then read the second time.

The Honourable Senator Moore moved, seconded by the Honourable Senator Phalen, that the bill be referred to the Standing Senate Committee on Transport and Communications.

The question being put on the motion, it was adopted.

Extract from the *Journals of the Senate* of Thursday, June 2, 2005:

The Honourable Senator Fraser moved, seconded by the Honourable Senator Hubley:

That, notwithstanding the Order of the Senate adopted on Tuesday, October 19, 2004, the date for the presentation of the final report of the Standing Senate Committee on Transport and Communications on its study into the current state of Canadian media industries; emerging trends and developments in these industries; the media's role, rights, and responsibilities in Canadian society; and current and appropriate future policies relating thereto, be extended from Friday, June 17, 2005 to Friday, December 23, 2005.

The question being put on the motion, it was adopted.

Extract from the *Journals of the Senate* of Tuesday, June 7, 2005:

Resuming debate on the motion of the Honourable Senator De Bané, P.C., seconded by the Honourable Senator Smith, P.C., for the second reading of Bill S-31, An Act to authorize the construction and maintenance of a bridge over the St. Lawrence River and a bridge over the Beauharnois Canal for the purpose of completing Highway 30.

After debate,

The question being put on the motion, it was adopted.

The bill was then read the second time.

ORDRES DE RENVOI

Extrait des *Journaux du Sénat* du jeudi 14 avril 2005 :

Reprise du débat sur la motion de l'honorable sénateur Moore, appuyée par l'honorable sénateur Furey, tendant à la deuxième lecture du projet de loi C-3, Loi modifiant la Loi sur la marine marchande du Canada, la Loi de 2001 sur la marine marchande du Canada, la Loi sur les aires marines nationales de conservation du Canada et la Loi sur les océans.

Après débat,

La motion, mise aux voix, est adoptée.

Le projet de loi est alors lu la deuxième fois.

L'honorable sénateur Moore propose, appuyé par l'honorable sénateur Phalen, que le projet de loi soit renvoyé au Comité sénatorial permanent des transports et des communications.

La motion, mise aux voix, est adoptée.

Extrait des *Journaux du Sénat* du jeudi 2 juin 2005 :

L'honorable sénateur Fraser propose, appuyée par l'honorable sénateur Hubley,

Que, par dérogation à l'ordre adopté par le Sénat le mardi 19 octobre 2004, la date pour la présentation du rapport final du Comité sénatorial permanent des transports et des communications dans son étude de l'état actuel des industries de médias canadiennes; des tendances et des développements émergents au sein de ces industries; du rôle, des droits, et des obligations des médias dans la société canadienne; et des politiques actuelles et futures appropriées par rapport à ces industries, soit reportée du vendredi 17 juin 2005 au vendredi 23 décembre 2005.

La motion, mise aux voix, est adoptée.

Extrait des *Journaux du Sénat* du mardi 7 juin 2005 :

Reprise du débat sur la motion de l'honorable sénateur De Bané, C.P., appuyée par l'honorable sénateur Smith, C.P., tendant à la deuxième lecture du projet de loi S-31, Loi autorisant la construction et l'entretien d'un pont franchissant le fleuve Saint-Laurent et d'un pont franchissant le canal de Beauharnois en vue du parachèvement de l'autoroute 30.

Après débat,

La motion, mise aux voix, est adoptée.

Le projet de loi est alors lu la deuxième fois.

The Honourable Senator Rompkey, P.C., moved, seconded by the Honourable Senator Nolin, that the bill be referred to the Standing Senate Committee on Transport and Communications.

The question being put on the motion, it was adopted.

L'honorable sénateur Rompkey, C.P., propose, appuyé par l'honorable sénateur Nolin, que le projet de loi soit renvoyé au Comité sénatorial permanent des transports et des communications.

La motion, mise aux voix, est adoptée.

Le greffier du Sénat,

Paul Bélisle

Clerk of the Senate

MINUTES OF PROCEEDINGS

OTTAWA, Tuesday, June 7, 2005
(51)

[English]

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day, at 9:34 a.m., in room 705, Victoria Building, the Chair, the Honourable Joan Fraser, presiding.

Members of the committee present: The Honourable Senators Chaput, Fraser, Munson, Nolin, Phalen, and Tkachuk (6).

Other senator present: The Honourable Senator Adams (1).

In attendance: Allison Padova, Terry Thomas, and Joseph Jackson, Research Analysts, Parliamentary Research Branch, Library of Parliament; and David M. Black, Special Advisor to the Committee.

Also in attendance: The official reporters of the Senate.

Pursuant to the Order of Reference adopted by the Senate on Thursday, April 14, 2005, the committee began its examination of Bill C-3, An Act to amend the Canada Shipping Act, the Canada Shipping Act, 2001, the Canada National Marine Conservation Areas Act and the Oceans Act.

WITNESSES:

Nunavut Eastern Arctic Shipping Inc.:

Suzanne Paquin, Vice-President, Nunavut Eastern Arctic Shipping Inc. and President, Transport Nanuk Inc.;

Guy St-Julien, Special Advisor on Government Relations to the President, Makivik Corporation;

Francis Schiller, Government Affairs Advisor.

Ms. Paquin and Mr. St-Julien made a statement and, with Mr. Schiller, answered questions.

At 10:48 a.m., pursuant to rule 92(2)(e), the committee proceeded in camera and, pursuant to the Order of Reference adopted by the Senate on Tuesday, October 19, 2004, considered its agenda relating to its examination of the current state of Canadian media industries. (*For complete text of Order of Reference, see proceedings of the committee, Issue No. 1, dated October 7, 2004.*)

At 11:28 a.m., it was agreed that the committee adjourn to the call of the Chair.

ATTEST:

PROCÈS-VERBAUX

OTTAWA, le mardi 7 juin 2005
(51)

[Traduction]

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui, à 9 h 34, dans la pièce 705 de l'édifice Victoria, sous la présidence de l'honorable Joan Fraser (*présidente*).

Membres du comité présents : Les honorables sénateurs Chaput, Fraser, Munson, Nolin, Phalen et Tkachuk (6).

Autre sénateur présent : L'honorable sénateur Adams (1).

Également présents : Allison Padova, Terry Thomas et Joseph Jackson, attachés de recherche, Direction de la recherche parlementaire, Bibliothèque du Parlement; David M. Black, conseiller spécial du comité.

Aussi présents : Les sténographes officiels du Sénat.

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le jeudi 14 avril 2005, le comité entreprend l'examen du projet de loi C-3, Loi modifiant la Loi sur la marine marchande du Canada, la Loi de 2001 sur la marine marchande du Canada, la Loi sur les aires marines nationales de conservation du Canada et la Loi sur les océans.

TÉMOINS :

Nunavut Eastern Arctic Shipping Inc. :

Suzanne Paquin, vice-présidente, Nunavut Eastern Arctic Shipping Inc. et présidente, Transport Nanuk Inc.;

Guy St-Julien, conseiller spécial en relations gouvernementales auprès du président, Makivik Corporation;

Francis Schiller, conseiller en relations gouvernementales.

Mme Paquin et M. St-Julien font une déclaration et, de concert avec M. Schiller, répondent aux questions.

À 10 h 48, en vertu de l'alinéa 92(2)e) du Règlement, le comité se réunit à huis clos et, conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le mardi 19 octobre 2004, examine l'ordre du jour concernant l'étude de l'état actuel des industries de médias canadiennes. (*L'ordre de renvoi figure dans le fascicule n° 1 du 7 octobre 2004.*)

À 11 h 28, le comité suspend ses travaux jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

ATTESTÉ :

OTTAWA, Wednesday, June 8, 2005
(52)

[English]

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day, at 6:29 p.m., in room 9, Victoria Building, the Chair, the Honourable Joan Fraser, presiding.

Members of the committee present: The Honourable Senators Adams, Eggleton, P.C., Eytton, Fraser, Hubley, Mahovlich, Munson, Nolin, and Phalen (9).

Other senators present: The Honourable Senators Chaput, Moore, and Watt (3).

In attendance: Allison Padova, Research Analyst, Parliamentary Research Branch, Library of Parliament.

Also in attendance: The official reporters of the Senate.

Pursuant to the Order of Reference adopted by the Senate on Thursday, April 14, 2005, the committee continued its examination of Bill C-3, An Act to amend the Canada Shipping Act, the Canada Shipping Act, 2001, the Canada National Marine Conservation Areas Act and the Oceans Act.

APPEARING:

The Honourable Jean-C. Lapierre, P.C., M.P., Minister of Transport.

WITNESSES:

Transport Canada:

Gerard A. McDonald, Director General, Marine Safety;

Mark A. M. Gauthier, Senior Counsel, Legal Services.

Canadian Coast Guard:

Charles Gadula, Director General, Marine Programs Directorate, Maritime Services;

Françoise Meloche, Counsel, Legal Services.

Mr. Lapierre made a statement and, with Mr. McDonald, answered questions.

At 7:03 p.m., pursuant to the Order of Reference adopted by the Senate on Tuesday, June 7, 2005, the committee began its examination of Bill S-31, An Act to authorize the construction and maintenance of a bridge over the St. Lawrence River and a bridge over the Beauharnois Canal for the purpose of completing Highway 30.

APPEARING:

The Honourable Jean-C. Lapierre, P.C., M.P., Minister of Transport.

OTTAWA, le mercredi 8 juin 2005
(52)

[Traduction]

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui, à 18 h 29, dans la salle 9 de l'édifice Victoria, sous la présidence de l'honorable Joan Fraser (*présidente*).

Membres du comité présents : Les honorables sénateurs Adams, Eggleton, C.P., Eton, Fraser, Hubley, Mahovlich, Munson, Nolin et Phalen (9).

Autres sénateurs présents : Les honorables sénateurs Chaput, Moore et Watt (3).

Également présentes : Allison Padova, analyste de la recherche, Direction de la recherche parlementaire, Bibliothèque du Parlement.

Aussi présents : Les sténographes officiels du Sénat.

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat, le jeudi 14 avril 2005, le comité poursuit l'étude projet de loi C-3, Loi modifiant la Loi sur la marine marchande du Canada, la Loi de 2001 sur la marine marchande du Canada, la Loi sur les aires marines nationales de conservation du Canada et la Loi sur les océans.

COMPARAÎT :

L'honorable Jean-C. Lapierre, C.P., député, ministre des Transports.

TÉMOINS :

Transports Canada :

Gerard A. McDonald, directeur général, Sécurité maritime;

Mark A.M. Gauthier, avocat-conseil, Services juridiques.

Garde côtière canadienne :

Charles Gadula, directeur général, Direction générale des programmes maritimes, Services maritimes;

Françoise Meloche, avocate, Services juridiques.

M. Lapierre fait une déclaration et, avec l'aide M. McDonald, répond aux questions.

À 19 h 3, conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le mardi 7 juin 2005, le comité entreprend l'étude du projet de loi S-31, Loi autorisant la construction et l'entretien d'un pont franchissant le fleuve St-Laurent et le pont franchissant le canal de Beauharnois en vue du parachèvement de l'autoroute 30.

COMPARAÎT :

L'honorable Jean-C. Lapierre, C.P., député, ministre des Transports.

WITNESSES:

Transport Canada:

Evelyn Marcoux, Director General, Surface Programs and Divestiture;

Régent Dickey, Manager, East, Highways and Borders, Surface Programs and Divestiture.

Mr. Lapierre made a statement and, with Ms. Marcoux and Mr. Dickey, answered questions.

At 7:30 p.m., the committee resumed consideration of Bill C-3.

Messrs. Gadula and McDonald answered questions.

It was agreed that the committee proceed to clause-by-clause consideration of Bill C-3, An Act to amend the Canada Shipping Act, the Canada Shipping Act, 2001, the Canada National Marine Conservation Areas Act and the Oceans Act.

It was agreed that the title stand postponed.

It was agreed that clauses 1 to 15 carry.

It was agreed that clause 16 carry, on division.

It was agreed that clauses 17 to 37 carry.

It was agreed that the title carry.

It was agreed that the Bill carry.

At 8:00 p.m., the committee proceeded in camera, pursuant to rule 92(2)(f), to consider a draft report.

It was agreed that the Chair and Deputy Chair, or their designates, be authorized to finalize the text of observations to reflect discussions.

It was agreed that the Bill be reported to the Senate without amendment but with observations.

At 8:16 p.m., it was agreed that the committee adjourn to the call of the Chair.

ATTEST:

TÉMOINS :

Transports Canada :

Evelyn Marcoux, directrice générale, Programmes de surface et cession;

Régent Dickey, gestionnaire de l'est des routes et des frontières, Programmes de surface et cession.

M. Lapierre fait une déclaration et, avec l'aide de Mme Marcoux et de M. Dickey, répond aux questions.

À 19 h 30, le comité reprend l'étude du projet de loi C-3.

MM. Gadula et McDonald répondent aux questions.

Il est convenu que le comité examine article par article le projet de loi C-3, Loi modifiant la Loi sur la marine marchande du Canada, la Loi de 2001 sur la marine marchande du Canada, la Loi sur les aires marines nationales de conservation du Canada et la Loi sur les océans.

Il est convenu de reporter l'étude du titre.

Il est convenu d'adopter les articles 1 à 15.

Il est convenu d'adopter avec dissidence l'article 16.

Il est convenu d'adopter les articles 17 à 37.

Il est convenu d'adopter le titre.

Il est convenu d'adopter le projet de loi.

À 20 heures, le comité poursuit ses travaux à huis clos, conformément à l'alinéa 92(2)f) pour examiner une ébauche de rapport.

Il est convenu que le président et la vice-présidente, ou leurs remplaçants, soient autorisés à établir la version finale des observations rendant compte des discussions tenues.

Il est convenu de faire rapport du projet de loi au Sénat sans amendement, mais avec des observations.

À 20 h 16, le comité suspend ses travaux jusqu'à la nouvelle convocation de la présidence.

ATTESTÉ :

Le greffier du comité,

Till Heyde

Clerk of the Committee

REPORT OF THE COMMITTEE

Thursday, June 9, 2005

The Standing Senate Committee on Transport and Communications has the honour to present its

SEVENTH REPORT

Your Committee, to which was referred Bill C-3, An Act to amend the Canada Shipping Act, the Canada Shipping Act 2001, the Canada National Marine Conservation Areas Act and the Oceans Act has, in obedience to the Order of Reference of Thursday, April 14, 2005, examined the said Bill and now reports the same without amendment. Your Committee appends to this report certain observations relating to the Bill.

Respectfully submitted,

La présidente,

JOAN FRASER

Chair

Observations to the Seventh Report of the Standing Senate Committee on Transport and Communications (Bill C-3)

Your Committee endorses the purpose of Bill C-3, An Act to amend the Canada Shipping Act, the Canada Shipping Act, 2001, the Canada National Marine Conservation Areas Act and the Oceans Act, which is to reflect changes made through an Order in Council, enabled by the *Public Service Rearrangement and Transfer of Duties Act*, on 12 December 2003. Members wish, however, to acknowledge the concerns that were expressed by some witnesses regarding two aspects of marine policy: the unchecked authority of the Department of Fisheries and Oceans to set marine navigation service fees (MNSF) and the application of the MNSF in the North.

In 1996-1997, the MNSF were introduced to cover a portion of the cost of navigation services provided to commercial shipping by the Canadian Coast Guard. The witnesses were troubled that the Bill allows the Canadian Coast Guard to continue to set the level of the MNSF. They felt strongly that, considering that the Canadian Coast Guard is dependent on MNSF revenues, there should be checks and balances in the fee-setting process. When your Committee presented this issue to the Minister of Transport, it was pleased to hear that he thought the matter worthy of serious consideration. The Minister of Transport undertook to discuss the matter with the Minister of Fisheries and Oceans and to report the results of these discussions to the Committee within the shortest possible delay.

RAPPORT DU COMITÉ

Le jeudi 9 juin 2005

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications a l'honneur de présenter son

SEPTIÈME RAPPORT

Votre Comité, auquel a été déposé le projet de loi C-3, Loi modifiant la Loi sur la marine marchande du Canada, la Loi de 2001 sur la marine marchande du Canada, la Loi sur les aires marines nationales de conservation du Canada et la Loi sur les océans a, conformément à l'ordre de renvoi du jeudi 14 avril 2005, étudié ledit projet de loi et en fait maintenant rapport sans amendement. Votre Comité joint à ce rapport certaines observations relatives au projet de loi.

Respectueusement soumis,

Observations annexées au septième rapport du Comité sénatorial permanent des transports et des communications (Projet de loi C-3)

Votre Comité souscrit à l'objet du projet de loi C-3, Loi modifiant la Loi sur la marine marchande du Canada, la Loi de 2001 sur la marine marchande du Canada, la Loi sur les aires marines nationales de conservation du Canada et la Loi sur les océans, qui est de donner suite aux changements édictés dans un décret pris en vertu de la *Loi sur les restructurations et les transferts d'attributions dans l'administration publique* le 12 décembre 2003. Les membres voudraient toutefois prendre acte des préoccupations exprimées par certains témoins concernant deux aspects de la politique maritime : l'autorité illimitée du ministère des Pêches et des Océans à établir les droits de services à la navigation maritime (DSNM) et l'application des DSNM dans le Nord.

En 1996-1997, les DSNM ont été implantés pour supporter une partie du coût des services de navigation fournis par la Garde côtière canadienne à l'industrie du transport maritime commercial. Des témoins se sont dits troublés par le fait que le projet de loi permet à la Garde côtière canadienne de continuer à établir le niveau des DSNM. Ces témoins ont fortement souligné que, à la lumière du fait que la Garde côtière canadienne dépend des revenus générés par les DSNM, il devrait exister des contrôles dans le processus utilisé pour établir ces frais. Quand il a discuté de cette question avec le ministre des Transports, votre Comité était content d'entendre que le ministre était d'avis que cette question mérite une réflexion sérieuse. Le ministre des Transports s'est engagé à discuter de cette question avec le ministre des Pêches et des Océans et à faire rapport des résultats de ces discussions au Comité dans les plus brefs délais.

Secondly, while the policy governing the application of the MNSF applies equally to all regions north of 60 degrees latitude, some witnesses noted that, due to the logistical realities of re-supply to the North, the burden of the MNSF is heavier on commercial shipping to the eastern Arctic ports than to the western Arctic ports. The witnesses explained that commercial shipping to the western Arctic qualifies for an exemption that applies to vessels calling at northern ports without calling at or departing from a southern port. This is because cargoes bound for western Arctic ports are transported from the south by rail to a northern port and then loaded onto ship to other northern ports in the western Arctic. The witnesses stated that eastern Arctic commercial shipping does not qualify for an exemption under the current policy because cargoes bound for ports in this region are loaded onto ships in the Montreal area. Therefore, although the MNSF policy was constructed to take into account the socio-economic conditions of the North as a whole, consumers of Nunavut and Nunavik face prices that include an additional premium for the MNSF but consumers in the western regions do not, according to the witnesses.

Your Committee supports the Bill, but it also urges the department responsible for developing MNSF policy to revisit it to take into account the distribution of the burden of the MNSF in the North to include James Bay, Ungava Bay and the entirety of Hudson Bay among the regions that qualify for an exemption. Your Committee would support a more equitable application of MNSF policy that gives consideration to the differing logistical realities for re-supply between the eastern and western Arctic.

En deuxième lieu, certains témoins ont fait observer que, même si la politique régissant l'application des DSNM vise également toutes les régions situées au nord du 60^e parallèle, la réalité logistique du réapprovisionnement dans le Nord fait que le fardeau des DSNM est plus lourd pour le transport commercial vers les ports arctiques de l'Est que vers ceux de l'Ouest. Les témoins ont expliqué que le transport vers l'Arctique de l'Ouest bénéficie d'une exemption applicable aux navires qui font escale dans des ports du Nord sans être partis d'un port du Sud, ni s'y être arrêtés. En effet, la marchandise destinée aux ports de l'Arctique de l'Ouest est transportée du Sud par voie ferrée vers un port du Nord, puis chargée sur un navire en partance pour l'Arctique de l'Ouest. Les témoins ont indiqué que l'industrie du transport commercial de l'Arctique de l'Est ne bénéficie pas d'une exemption en vertu de la politique actuelle parce que la marchandise destinée aux ports de cette région est chargée sur des navires dans la région de Montréal. Par conséquent, bien que la politique sur les DSNM ait été conçue en fonction de la situation socioéconomique du Nord dans son ensemble, les consommateurs du Nunavut et du Nunavik paient des prix qui incluent un surplus attribuable aux DSNM, ce qui n'est pas le cas des consommateurs de l'Ouest, d'après les témoins.

Votre Comité appuie le projet de loi, mais il exhorte aussi le ministère responsable à revoir la politique sur les DSNM pour tenir compte de la répartition du fardeau dans le Nord et pour inclure la baie James, la baie d'Ungava et la totalité de la baie d'Hudson dans les régions ayant droit à une exemption. Il appuierait une application plus équitable de cette politique, qui prendrait en considération les réalités logistiques de réapprovisionnement qui sont différentes pour l'Arctique de l'Est et l'Arctique de l'Ouest.

EVIDENCE

OTTAWA, Tuesday, June 7, 2005

The Standing Senate Committee on Transport and Communications, to which was referred Bill C-3, to amend the Canada Shipping Act, the Canada Shipping Act, 2001, the Canada National Marine Conservation Areas Act and the Oceans Act, met this day at 9:34 a.m. to give consideration to the bill.

Senator Joan Fraser (*Chairman*) in the chair.

[*English*]

The Chairman: Honourable senators, welcome to this meeting of the Standing Senate Committee on Transport and Communications. Today we are considering Bill C-3. Our witnesses this morning are Ms. Paquin, Mr. St-Julien and Mr. Schiller.

[*Translation*]

Welcome everyone. I imagine you have been informed about our procedures. You have approximately ten minutes to make your presentation, following which we will go to questions. Who would like to start? Go ahead, Ms. Paquin.

[*English*]

Ms. Suzanne Paquin, Vice-President, Nunavut Eastern Arctic Shipping Inc., and President, Transport Nanuk Inc.: Honourable senators, for the sake of time, I tabled my submission, and I ask for agreement that it be inserted into the records as if read. I will try to keep my remarks to less than 10 minutes.

On behalf of the partners of Nunavut Eastern Arctic Shipping, or NEAS, as we call it, thank you for this opportunity to participate in your study of Bill C-3. We do not oppose the administrative components of this omnibus bill. We appreciate that it is primarily administrative in nature, concerned with housekeeping on matters relating mainly to marine security. The bill seeks to realign regulatory and operational responsibilities between Transport Canada, Fisheries and Oceans, and the Canadian Coast Guard.

In this post-September 11 environment, the hard-working men and women at Transport Canada, Fisheries and Oceans and the Coast Guard deserve every tool available to carry out their important work in keeping Canadians safe, and that includes up-to-date legislative authorities.

We are here today to bring to your attention one small component of this bill, specifically matters contained in clause 16(2). Under these provisions, Bill C-3 leaves with the Minister of Fisheries and Oceans responsibility for policy matters relating to the setting and payment of fees for marine navigational

TÉMOIGNAGES

OTTAWA, le mardi 7 juin 2005

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui, à 9 h 34, pour étudier le projet de loi C-3, Loi modifiant la Loi sur la marine marchande du Canada, la Loi de 2001 sur la marine marchande du Canada, la Loi sur les aires marines et nationales de conservation du Canada et la Loi sur les océans.

Le sénateur Joan Fraser (*présidente*) occupe le fauteuil.

[*Traduction*]

La présidente : Honorables sénateurs, je vous souhaite la bienvenue à cette séance du Comité sénatorial permanent des transports et des communications. Nous allons examiner le projet de loi C-3. Nos témoins sont Mme Paquin, M. St-Julien et M. Schiller.

[*Français*]

Bienvenue à tous. J'imagine qu'on vous a expliqué notre procédure. On vous demande de faire une déclaration d'une dizaine de minutes environ, pour ensuite poursuivre avec la période des questions. Qui veut prendre la parole pour commencer? Madame Paquin, vous avez la parole.

[*Traduction*]

Mme Suzanne Paquin, vice-présidente, Nunavut Eastern Arctic Shipping Inc., et présidente, Transport Nanuk Inc. : Honorables sénateurs, je vous saurais gré de bien vouloir faire figurer le mémoire que j'ai déposé au compte rendu des travaux du comité comme si je l'avais lu devant vous; cela nous fera gagner du temps. En outre, je vais m'efforcer de prendre moins de 10 minutes pour faire mon allocution.

Au nom des partenaires de la Nunavut Eastern Arctic Shipping, ou NEAS, comme nous l'appelons, je tiens à vous remercier de l'occasion que vous nous donnez de participer à l'étude du projet de loi C-3. Nous ne sommes pas contre la composante administrative de ce projet de loi omnibus. Nous nous rendons pleinement compte qu'il s'agit d'abord d'une mesure législative de nature administrative axée essentiellement sur des questions de sûreté maritime. Ce projet de loi vise à redistribuer les responsabilités réglementaires et opérationnelles entre Transports Canada, Pêches et Océans Canada et la Garde côtière canadienne.

Depuis le 11 septembre 2001, les travailleurs et travailleuses assidus de Transports Canada, de Pêches et Océans Canada et de la Garde côtière méritent de disposer de tous les outils leur permettant de mener à bien leur importante mission qui consiste à assurer la sécurité des Canadiens, et cela passe par des pouvoirs législatifs renouvelés.

Aujourd'hui, nous voudrions attirer votre attention sur une petite partie de ce projet de loi, à savoir les éléments contenus au paragraphe 16(2). Selon ces dispositions, le projet de loi C-3 laisse au ministre des Pêches et des Océans la responsabilité des questions de politique liées à l'établissement et au paiement des

services or marine fees. We maintain that this may be contrary to the stated intent of the bill to transfer all Canadian Coast Guard policy responsibilities relating to marine navigation services, among many other areas, to Transport Canada.

We hope to impress upon you the profound impact that this small clause has had and continues to have on Canada's North and the peoples, communities, agencies and businesses in the Nunavut territory and in Nunavik, the northern region of Quebec, that are dependent on resupply by way of the sealift.

Before we get into the substance of the bill, let me say a little about NEAS. NEAS is a majority Inuit-owned marine transportation and related services provider. Inuit majority partners include Makivik Corporation from Nunavik, and both Qikiqtaaluk Corporation and Sakku Investments from Nunavut. As Inuit birthright corporations, these organizations are mandated, on behalf of their respective peoples, to administer financial proceeds from land claims agreements for social, economic and employment opportunities. Rounding out NEAS is the managing partner, Transport Nanuk Inc., itself a joint venture between Logistec Corporation of Montreal and The North West Company of Winnipeg. We have been providing sealift services in the Arctic for over 50 years.

Under the relevant provisions, NEAS is recognized as both an Inuit business and a Nunavut business under the Nunavut land claims agreement and Government of Nunavut policies respectively.

With two vessels, NEAS exclusively services the Eastern Arctic. We carry all dry cargo from construction materials to cars and trucks to non-perishable goods. It is an operational challenge, to say the least, given the North's short shipping season, which is only five months from early July to early November.

We have led the way to modernize marine transportation services in the North, including the introduction of containerization and new handling techniques. In 2000, we purchased and imported the first Inuit-owned ice class 1 multipurpose container vessel in Canadian history, the *MV Umiavut* ('Our Ship'). NEAS also introduced an innovative Inuit marine training program facilitating the employment of local Inuit on our vessels.

In keeping with our mandate, our objective is to provide the most cost-effective services possible while contributing to sustainable Inuit-led economic development.

Government officials, including the Parliamentary Secretary to the Minister of Transport as well as the Commissioner of the Coast Guard, have been clear and consistent that the objective of Bill C-3 is to consolidate policy and regulatory responsibilities within the Department of Transport while leaving operational

frais pour les services à la navigation maritime ou frais maritimes. Nous soutenons que ceci est peut-être contraire à l'objectif déclaré du projet de loi de transférer à Transports Canada, entre autres, toutes les responsabilités stratégiques de la Garde côtière canadienne concernant les services de navigation maritime.

Nous espérons vous faire réaliser l'incidence profonde que ce petit paragraphe a eue et continuera d'avoir sur le Nord canadien et les populations, les communautés ainsi que les agences et les entreprises du territoire du Nunavut et du Nunavik, la région du nord du Québec, qui dépendent pour leur ravitaillement du transport maritime.

Avant d'examiner la teneur même du projet de loi, permettez-moi de vous parler un peu de la NEAS. La NEAS est une entreprise de transport maritime et un fournisseur de services connexes dont les actionnaires sont majoritairement inuits. Parmi les partenaires majoritaires inuits, citons la Makivik Corporation, du Nunavik, de même que la Qikiqtaaluk Corporation et Sakku Investments, du Nunavut. En tant que sociétés inuites, ces organisations ont pour mandat, au nom de leur population, d'administrer les fonds accordés en vertu des ententes de revendications territoriales pour le développement social, économique et de l'emploi. Le pilier de la NEAS, le partenaire chargé de la gestion, est Transport Nanuk Inc., une coentreprise associée à Logistec Corporation de Montréal et à la North West Company de Winnipeg. Cela fait plus de 50 ans que nous offrons des services de transport maritime dans l'Arctique.

En vertu des dispositions en vigueur, la NEAS est reconnue à la fois comme une société inuite et une société du Nunavut d'après l'entente sur les revendications territoriales du Nunavut et les politiques du gouvernement du Nunavut.

Exploitant deux navires, la NEAS dessert exclusivement l'Arctique de l'Est. Nous transportons toutes sortes de marchandises solides, comme des matériaux de construction, des voitures et des camions ainsi que des denrées non périssables. Le moins que l'on puisse dire, c'est que le défi opérationnel est de taille étant donné que la saison de navigation est courte dans le Nord puisqu'elle ne dure que cinq mois, entre début juillet et début novembre.

Nous avons fait œuvre de pionniers en modernisant les services de transport maritime dans le Nord, notamment en introduisant la conteneurisation et de nouvelles techniques de manutention. En 2000, nous avons acheté et importé le premier navire porte-conteneurs polyvalent de côte glace de classe 1 de l'histoire du Canada, le *MV Umiavut* (« Notre Bateau »). La NEAS a lancé un programme de formation maritime innovateur favorisant l'embauche de personnel inuit local sur ses navires.

Conformément à notre mandat, nous avons pour objectif de fournir les services les plus efficaces possibles tout en contribuant au développement économique durable assuré par les Inuits.

Les responsables gouvernementaux, y compris le secrétaire parlementaire du ministre des Transports, ainsi que le commissaire de la Garde côtière ont clairement indiqué que l'objectif du projet de loi C-3 est de consolider les responsabilités politiques et réglementaires au sein du ministère des Transports

matters with the Canadian Coast Guard. Although the purpose of Bill C-3 may have been to make the Coast Guard policy-neutral, Bill C-3 does not achieve this.

We draw clause 16(2) to the attention of honourable senators. This clause leaves authority with the Minister of Fisheries and Oceans for regulations "respecting the setting and payment of fees for services provided in the administration of (i) Part 5 (Navigational Services)." We request that senators provide sober second thought to this provision, particularly given the experience of Canada's North with the marine fees policy as it has been traditionally administered by the Coast Guard.

As a cost recovery mechanism, user fees were introduced in 1996-97 for the provision of marine services by the Canadian Coast Guard. The implementation of the marine services fees policy was difficult for all, including the Coast Guard and industry alike. In Canada's North, however, it has been particularly difficult. Canada's North is unique under the marine fees policy. It is the only region that has an explicit exemption from the fees based on the recognition of socio-economic conditions. This exemption has yet to be implemented by the Coast Guard, particularly in the Eastern Arctic where the socio-economic reality at this time is total dependence on resupply by way of the south.

Recently, the Legislative Assembly of Nunavut went so far as to pass unanimously a motion calling on the federal government to finally implement the exemption for vessels servicing the Eastern Arctic and to retroactively reimburse all fees charged by the Coast Guard and paid to date. Further, the Arctic Marine Advisory Board, the body that represents all northern carriers, has also formally called upon the Coast Guard to finally implement the exemption for the North.

It is critical for senators to appreciate that to recognize the socio-economic conditions of the Eastern Arctic is to recognize dependence on resupply by way of the south. This is a fact of life at this time, given the lack of alternative transportation infrastructure.

Northern stakeholders are concerned that should policy authority remain with the Coast Guard for the setting and collecting of marine fees, as is proposed under Bill C-3, not only will the northern exemption not be implemented, but the North will lose the exemption altogether. If the intent of Bill C-3 is to separate operations from policy, it should do so for marine and navigation services as well.

We are seeking your committee's assistance in having the complex environment of the North recognized in Bill C-3. In the past, different approaches have been pursued by the Coast Guard in relation to fees in the North. Initially, they proposed a lower fee structure for vessels carrying multiple functions. However, that

tout en laissant le soin à la Garde côtière canadienne de s'occuper des questions opérationnelles. Même si on a qualifié le projet de loi C-3 de politiquement neutre à l'égard de la Garde côtière, l'objectif n'est pas atteint.

Nous attirons l'attention des honorables sénateurs sur le paragraphe 16(2). Celui-ci donne au ministre des Pêches et des Océans le pouvoir de prendre des règlements pour « régir la fixation et le versement des droits à payer à l'égard des services rendus dans le cadre de l'application de la partie 5 (Services de navigation) ». Nous demandons aux sénateurs qu'ils réfléchissent mûrement à cette disposition, particulièrement compte tenu du fait que par le passé, c'est la Garde côtière qui s'occupait de la politique relative aux droits maritimes dans le Nord.

En 1996-1997, on a instauré des droits d'utilisation, comme mécanisme de recouvrement des coûts, pour les services maritimes offerts par la Garde côtière canadienne. La mise en oeuvre d'une politique applicable aux droits de services maritimes a été difficile pour tout le monde, y compris pour la Garde côtière et l'industrie. Mais cela a été particulièrement dur pour le Nord canadien. Celui-ci jouit d'un statut unique en vertu de la politique liée aux droits maritimes. C'est la seule région bénéficiant d'une exemption explicite pour ces droits, qui est fondée sur la reconnaissance des conditions socio-économiques. Cette exemption doit être appliquée par la Garde côtière, particulièrement dans l'Arctique de l'Est où la réalité socio-économique actuelle montre une dépendance totale à l'égard du ravitaillement en provenance du Sud.

Récemment, l'Assemblée législative du Nunavut est allée jusqu'à adopter unanimement une motion demandant au gouvernement fédéral d'appliquer enfin l'exemption pour les navires desservant l'Arctique de l'Est et de rembourser rétroactivement tous les frais imposés par la Garde côtière et payés jusqu'à présent. De plus, le Conseil consultatif maritime de l'Arctique, l'organisme qui représente tous les transporteurs du Grand Nord, a également demandé officiellement à la Garde côtière d'appliquer l'exemption pour le Nord canadien.

Il est essentiel que les sénateurs comprennent que reconnaître les conditions socio-économiques de l'Arctique de l'Est signifie reconnaître que cette région a absolument besoin, pour son ravitaillement, de l'accès aux voies de communication avec le Sud. C'est la réalité à laquelle nous sommes confrontés actuellement étant donné le manque d'infrastructures de transport alternatives.

Les intervenants du Nord craignent que si la Garde côtière devait assumer la responsabilité politique concernant l'établissement et la perception des droits maritimes, tel que proposé dans le projet de loi C-3, non seulement l'exemption ne serait pas appliquée, mais en plus, le Nord perdrait purement et simplement cette exemption. Si l'objectif du projet de loi C-3 est de séparer les opérations des politiques, il faudrait que cela s'applique également aux services maritimes et de navigation.

Nous demandons l'aide de votre comité pour que soit reconnue, dans le projet de loi C-3, la complexité de la situation dans le Nord canadien. Par le passé, la Garde côtière avait adopté différentes approches concernant les droits dans le Nord. Au départ, elle avait proposé un barème de droits plus bas pour les

was later changed and fees went up. Under the current program, our two vessels are charged two separate rates despite the fact that they carry the same cargo to the same communities. One rate is approximately 10 times more than the other. The application makes no sense.

We recognize that it is extraordinary but we request that your committee amend Bill C-3 and remove from the Minister of Fisheries and Oceans the authority to set fees for navigational services, at least in relation to the provision of services in the North. Either transfer the authority to another agency or provide an explicit exemption for the North in the legislation.

If senators are not to amend Bill C-3, then we urge you in your report to the Senate on the bill to encourage the Minister of Fisheries and Oceans to direct the Coast Guard to recognize the socio-economic conditions of the North and exempt equally all communities North of 60, including the Eastern Arctic, from all marine fees. Otherwise we would encourage your committee to consider pursuing a full study and report on the marine fees issues, including consultations with all relevant industry stakeholders and representatives of the territorial governments.

Thank you for your time and consideration. Mr. St-Julien will now address your committee.

[Translation]

Mr. Guy St-Julien, Special Advisor on Government Relations to the President, Makivik Corporation, Nunavut Eastern Arctic Shipping: Madam Chairman, Mr. Pita Aatami, President of Makivik Corporation, sends his regrets and wishes to convey the following message. Makivik Corporation made every possible effort to appear before the House of Commons committee examining Bill C-3. Mr. Aatami wrote the following in a letter dated December 9:

We believe your committee would do well to hear our point of view and our experiences in so far as Bill C-3 is concerned. The proposed legislation confers upon the Minister of Fisheries and Oceans unrestricted power with respect to the setting and remittance of navigation fees, which directly increases the cost of living of northern communities in Quebec.

Honourable senators, it is a known fact that the Inuit of Nunavik, Nunavut and the Territories pay taxes. The Inuit of Nunavik may in fact be the only people in Canada to pay two taxes, like any other resident of a southern community.

The Chairman: I want to thank our witnesses very much for their testimony.

navires polyvalents. Toutefois, cela a été changé par la suite et les droits ont augmenté. Selon le barème actuel, nos deux navires sont soumis à deux tarifications différentes même s'ils transportent le même type de cargaison pour les mêmes communautés. Le taux appliqué pour un navire est environ dix fois supérieur à celui appliqué pour l'autre. Cela n'a aucun sens.

Nous savons qu'il s'agit là d'une requête extraordinaire, mais nous demandons à votre comité de modifier le projet de loi C-3 et de retirer au ministre des Pêches et des Océans le pouvoir de fixer les droits pour les services de navigation, tout au moins en ce qui concerne la fourniture de services dans le Nord. Nous souhaitons que ce pouvoir soit transféré à une autre agence ou que soit indiquée explicitement dans la loi l'exemption applicable dans le Nord.

Si les sénateurs ne veulent pas modifier le projet de loi C-3, nous les exhortons à demander, dans le rapport qu'ils présenteront au Sénat au sujet de la mesure législative, au ministre des Pêches et des Océans d'exiger à la Garde côtière de reconnaître les conditions socio-économiques du Nord et d'accorder la même exemption pour tous les droits maritimes à l'ensemble des communautés situées au nord du 60^e parallèle, y compris celles de l'Arctique de l'Est. D'autre part, nous demandons à votre comité qu'il examine la possibilité de réaliser une étude complète et de faire rapport sur les problèmes liés aux droits maritimes, en menant des consultations auprès des intervenants de l'industrie et des représentants des gouvernements territoriaux concernés.

Je vous remercie d'avoir pris le temps de nous écouter. Je cède maintenant la parole à M. Julien.

[Français]

Guy St-Julien, conseiller spécial en relations gouvernementales auprès du président, Makivik Corporation, Nunavut Eastern Arctic Shipping Inc.: Madame la présidente, M. Pita Aatami, président de Makivik Corporation, s'excuse de ne pas être présent aujourd'hui. Son message est le suivant: Makivik Corporation a essayé par tous les moyens de comparaître devant le comité qui étudie le projet de loi C-3 à la Chambre des communes. Dans une lettre du 9 décembre, M. Aatami disait :

Nous croyons que votre comité aurait avantage à connaître notre point de vue et notre expérience en ce qui concerne le projet de loi C-3 qui confère au ministre des Pêches et des Océans un pouvoir non contrôlé en ce qui a trait à l'établissement et au paiement des droits de service de navigation, ce qui augmente directement le coût de la vie des collectivités du Nord québécois.

Honorables sénateurs, nous savons que les Inuits du Nunavik, du Nunavut et des Territoires payent des impôts, des taxes et même que — ils sont peut-être les seuls au Canada — les Inuits du Nunavik payent deux taxes, comme tout autre citoyen du sud.

La présidente : Merci beaucoup à nos témoins.

[English]

Senator Tkachuk: We have not yet had the minister of the department come before us to explain all of the bill to us. However, I will do the best I can.

Could you give us some history of the exemption from user fees by the Coast Guard for the North? Under what legislative authority is this exemption granted? When was it supposed to take effect?

Ms. Paquin: In 1996-97, Coast Guard decided that it would charge marine service fees. It was a difficult time. We maintained that there was a provision in the policy that the North should be exempt from such fees. However, we worked co-operatively with Coast Guard in the hope that they would recognize the exemption and give it to us in time. That did not happen. Coast Guard reneged on their negotiation and on their solutions during what they called a marine service fees moratorium period. We always maintained that the North should be exempt from those fees, but that did not happen. Nevertheless, we are eager to work with Coast Guard again to resolve this issue, which has existed since the beginning of the policy.

Senator Tkachuk: In other words, the exemption was never granted; it was only discussed or negotiated with the Coast Guard. Who else would have been part of those discussions? Would the Nunavut territorial government, or yourself as a corporation?

Ms. Paquin: I refer you to the backgrounder, which is included in your documents. It is very specific. It states:

Fees will not apply for the provision of services North of 60, including the waters of Hudson, James and Ungava Bays, Lake Athabasca and other remote parts at this time. The exemption is based on the socio-economic conditions of the North.

We work co-operatively with Coast Guard.

Senator Tkachuk: There was an exemption granted, then.

Ms. Paquin: It is in the policy.

Senator Tkachuk: What is holding up legal action? How do they collect the money? Do they collect the money in advance of doing ice breaking? How are the fees charged and collected? Where do they go?

Ms. Paquin: The fees are charged by Coast Guard. I suppose they go to Coast Guard. They send out a bill for marine service fees, and we pay it.

The Western Arctic is exempt from the fees, because the services are done in a different manner there. They do not pay marine fees in the west. The service is provided at a higher level at

[Traduction]

Le sénateur Tkachuk : Nous n'avons pas encore eu l'occasion de recevoir le ministre pour qu'il nous explique la teneur de ce projet de loi. Toutefois, je vais faire de mon mieux.

Pourriez-vous nous dire à quand remonte l'exemption pour les droits d'utilisation de la Garde côtière dans le Nord? En vertu de quel pouvoir législatif cette exemption a-t-elle été accordée? Quand devait-elle prendre effet?

M. Paquin : En 1996-1997, la Garde côtière a décidé d'imposer des droits de services maritimes; c'était une époque difficile. Nous avons soutenu qu'il existait une disposition dans la politique selon laquelle le Nord devait être exempté du paiement de ces droits. Pourtant, nous avons travaillé en coopération avec la Garde côtière dans l'espoir qu'elle reconnaîtrait l'exemption et qu'elle nous l'accorderait en temps opportun, mais cela ne s'est pas produit. La Garde côtière a renié les promesses faites dans le cadre des négociations et refusé de mettre en œuvre les solutions proposées pendant ce qu'elle a appelé le moratoire sur les droits de services maritimes. Nous avons toujours soutenu que le Nord devait être exempté du paiement de ces droits, mais il ne s'est jamais rien passé. Néanmoins, nous sommes toujours désireux de travailler avec la Garde côtière pour résoudre ce problème qui existe depuis l'adoption de la politique.

Le sénateur Tkachuk : Autrement dit, l'exemption n'a jamais été accordée; elle a seulement fait l'objet de discussions ou de négociations avec la Garde côtière. Qui d'autre a participé à ces discussions? Le gouvernement territorial du Nunavut et votre société y étaient-ils représentés?

Mme Paquin : Je vous renvoie à la fiche d'information jointe aux documents que nous vous avons fournis. Elle est très claire. Elle dit :

Pour le moment, les droits ne s'appliqueront pas à la prestation de services au nord du 60^e parallèle, ce qui inclut les eaux des Baie d'Hudson, James et d'Ungava, le lac Athabasca et d'autres ports isolés. Cette exemption se justifie par les conditions socio-économiques du Nord.

Nous travaillons en coopération avec la Garde côtière.

Le sénateur Tkachuk : Aucune exemption n'a donc été concédée.

Mme Paquin : C'est dans la politique.

Le sénateur Tkachuk : Qu'est-ce qui empêche de faire des poursuites judiciaires? Comment la Garde côtière encaisse-t-elle l'argent? Demande-t-elle d'être payée avant de briser les glaces? Comment ces droits sont-ils perçus? Où va l'argent?

Mme Paquin : C'est la Garde côtière qui perçoit les droits. J'imagine qu'elle garde l'argent. Elle nous envoie une facture pour droits de services maritimes, que nous payons.

L'Arctique de l'Ouest est exemptée du paiement des droits maritimes étant donné que dans cette région, les services sont fournis différemment. Ça se fait à Hay River, dans les Territoires

Hay River in the Northwest Territories. In the east, because the service is provided from the south, which has always been the case, fees are charged.

Senator Tkachuk: Why would there be a difference in public policy if the Department of Fisheries were doing it as opposed to the Coast Guard or the Department of Transport?

Ms. Paquin: It is important to separate the policy from the operations. Leaving the policy direction with the Coast Guard gives them a licence to print money. We have to change the bill or report back that the minister should do something about the situation. To recognize the socio-economic conditions of the Eastern Arctic is to recognize the reality of resupply by way of the south.

Senator Tkachuk: I understand that. However, if it is government policy to grant the North, and particularly the Eastern Arctic, an exemption from user fees, what difference does it make if the fees are collected by the Department of Fisheries and Oceans, by the Coast Guard or by the Department of Transport? Or do you want the provision removed entirely?

Ms. Paquin: We simply want the exemption to be applied. It is written in the policy. We believe that it is very simple. The minister can deal with this without changing the current policy or the fee schedule. We just want the exemption applied.

Senator Tkachuk: Would it require a regulation to change it, or an amendment to the bill?

Ms. Paquin: An information sheet is all that would be required, because it is already recognized in the policy. We simply want the policy to be applied in the way it was intended.

Senator Tkachuk: Did the Department of Transport not do this work before it was moved to the Department of Fisheries and Oceans? Now this bill is moving it back to the Department of Transport; is that correct?

Ms. Paquin: This was always with the Coast Guard.

Senator Adams: Thank you for coming. I have always been interested in airline and shipping transportation in the Arctic.

Mr. Curley is the member of the Legislation Assembly of Nunavut from Rankin Inlet. He made a motion in the assembly about a month ago dealing with his concerns about marine fees.

This issue is very important for the North because of the high cost of shipping goods, including construction materials, to the North. We found out just over a month ago that the fees have been charged since 1990.

du Nord-Ouest. Par contre, dans l'Est, on exige le paiement de droits parce que, depuis toujours, le service est fourni par le Sud.

Le sénateur Tkachuk : Pourquoi serait-ce différent, du point de vue de la politique publique, si c'est le ministère des Pêches et des Océans qui s'en occupe plutôt que la Garde côtière ou le ministère des Transports?

Mme Paquin : Il est important de séparer les politiques des opérations. Laisser à la Garde côtière le soin de définir l'orientation politique revient à lui donner carte blanche. Il convient de modifier le projet de loi ou de demander au ministre de faire quelque chose pour que la situation change. Reconnaître les conditions socio-économiques de l'Arctique de l'Est revient à reconnaître qu'en réalité, le ravitaillement se fait par le Sud.

Le sénateur Tkachuk : Je comprends bien. Toutefois, si la politique gouvernementale est d'accorder au Nord, et particulièrement à l'Arctique de l'Est, une exemption pour les frais d'utilisation, quelle différence cela fait-il que ces droits soient perçus par le ministère des Pêches et des Océans, par la Garde côtière ou par le ministère des Transports? Ou voulez-vous que cette disposition soit complètement éliminée?

Mme Paquin : Nous voulons tout simplement que l'exemption s'applique. Elle est stipulée dans la politique. Nous croyons que c'est très simple. Le ministre peut régler le problème sans changer la politique actuelle ni la tarification. Nous demandons seulement que l'exemption s'applique.

Le sénateur Tkachuk : Faudrait-il prendre un règlement pour que cela change ou modifier le projet de loi?

Mme Paquin : Tout ce qu'il faudrait, c'est une note d'information car c'est déjà reconnu dans la politique. Nous voulons tout simplement que cette politique soit appliquée comme prévu.

Le sénateur Tkachuk : N'est-ce pas ce que faisait le ministère des Transports avant que cela ne soit transféré au ministère des Pêches et des Océans? Maintenant, ce projet de loi renvoie la responsabilité au ministère des Transports, n'est-ce pas?

Mme Paquin : C'est la Garde côtière qui s'en occupait toujours.

Le sénateur Adams : Je vous remercie de votre présence. Je me suis toujours intéressé au transport maritime et aérien dans l'Arctique.

M. Curley est député à l'Assemblée législative du Nunavut; il est originaire de Rankin Inlet. Il y a environ un mois, il a déposé une motion à l'Assemblée exprimant ses préoccupations au sujet des frais maritimes.

Il s'agit d'un problème majeur pour le Nord à cause du coût élevé du transport des marchandises, y compris des matériaux de construction. Cela fait seulement un peu plus d'un mois que nous avons découvert qu'on exige le paiement de ces droits maritimes depuis 1990.

The Coast Guard has great difficulty getting into some of the communities because not all of their ships are icebreakers. They started going to Pelly Bay in the last five or six years. Pelly Bay was built by the airline in the Arctic, with the community housing and everything that flowed to the community. I do not know how much it has cost to build that community since its beginning in 1970 or perhaps in the 1960s.

My concern is the high rate that is being charged for shipping to the community. The fee charged by the Coast Guard is an additional cost for bringing goods to the North, is it not?

Ms. Paquin: It is an added cost, and any added cost for transportation in the North is too much.

Senator Adams: You said that these fees are not charged in the west, such as at Hay River. Is that because there is a railway to Hay River? Do you know what the difference is in the cost per ton between shipping and barging?

Ms. Paquin: I do not have that information.

Senator Adams: As Senator Tkachuk said, if this bill is passed, the fees will be transferred to Transport Canada. Transport Canada does not have any control over this at this time. It used to be that Transport Canada was responsible for harbours, but now the Coast Guard has responsibility for that. I believe that the Coast Guard used to be responsible only outside of the harbours. Am I correct?

Ms. Paquin: Yes, that is correct.

Senator Adams: What percentage does the Coast Guard currently charge shippers for navigation fees?

Ms. Paquin: They charge 0.4 per cent of the cost.

Senator Adams: Am I correct that you are mostly concerned about the shipment of goods from Montreal?

Ms. Paquin: Yes. Currently, all of the Eastern Arctic is serviced out of the Montreal region, and they are being charged marine service fees although there is a specific provision exempting the North from marine fees, for socio-economic reasons.

Senator Adams: It used to be that shipping was charged f.o.b. to the beach. Are goods delivered right to the site now for that fee?

Ms. Paquin: That depends on the contract that we sign with our customers. Some customers take it to the beach and some take it to the store or specific location in the community. We provide whatever service the customer wants.

La Garde côtière a beaucoup de mal à atteindre certaines communautés parce que tous ses navires ne sont pas des brise-glaces. Elle a commencé à aller à Pelly Bay il y a cinq ou six ans. Pelly Bay s'est développée grâce au transporteur aérien qui dessert l'Arctique, avec toutes les retombées que cela comporte, y compris la construction de logements. Je ne sais pas combien cela a coûté de bâtir cette communauté depuis sa création en 1970, ou peut-être même que cela remonte aux années 1960.

Ce qui me préoccupe, ce sont les droits élevés prélevés pour l'expédition de marchandises dans ces régions. Les droits exigés par la Garde côtière constituent un coût supplémentaire pour le transport des marchandises dans le Nord, n'est-ce pas?

Mme Paquin: Effectivement, c'est un coût additionnel, et toute dépense supplémentaire engagée pour le transport des marchandises dans le Nord est de trop.

Le sénateur Adams: Vous avez dit que ces droits ne s'appliquent pas dans l'Ouest, comme à Hay River. Est-ce parce que le chemin de fer se rend jusque là? Connaissez-vous la différence de coût par tonne entre le transport par rail et le transport par eau?

Mme Paquin: Non, je l'ignore.

Le sénateur Adams: Comme l'a fait remarquer le sénateur Tkachuk, si ce projet de loi est adopté, la gestion des droits sera transférée à Transports Canada. Ce ministère n'a aucun contrôle là-dessus pour le moment. Avant, c'est Transports Canada qui était responsable des ports, mais maintenant ceux-ci relèvent de la Garde côtière. Je crois que la Garde côtière ne s'occupait pas des ports auparavant. Ai-je raison?

Mme Paquin: Oui, c'est exact.

Le sénateur Adams: Actuellement, combien demande la Garde côtière aux expéditeurs pour les droits de navigation?

Mme Paquin: Elle demande 0,4 p. 100 du coût.

Le sénateur Adams: Ai-je raison de dire que ce qui vous préoccupe le plus, c'est le transport des marchandises expédiées de Montréal?

Mme Paquin: Oui. Actuellement, tout l'Arctique de l'Est est desservi par des navires venant de la région de Montréal, qui doivent payer des droits de services maritimes même s'il existe une disposition spécifique exemptant le Nord du paiement de droits maritimes pour des raisons socio-économiques.

Le sénateur Adams: Il fut un temps où c'est la clause f.o.b. qui s'appliquait pour le transport des marchandises. Est-ce que moyennant le paiement de ces droits, les marchandises sont livrées sur place, actuellement?

Mme Paquin: Cela dépend du contrat signé avec nos clients. Certains viennent chercher la marchandise au port et d'autres préfèrent qu'elle soit livrée au magasin ou dans un endroit précis de la communauté. Nous fournissons aux clients les services qu'ils demandent.

Senator Adams: When I was younger, the Hudson's Bay Company delivered goods, and the people used to carry them up to the store. Today the ships have their own equipment to do the unloading.

Ms. Paquin: We discharge. If there is a local carrier that can carry the cargo from the destination to wherever, often we will allow the cartage company in the community to do that.

[Translation]

Senator Nolin: I wonder if you might clarify three points for me, Ms. Paquin. You responded to Senator Tkachuk's question about an exemption. I understand that this is strictly a departmental or Canadian Coast Guard policy, not something set out in an act or in regulations. It is purely a matter of public policy. Is that correct?

Ms. Paquin: This policy is inscribed in the legislation respecting marine services fees.

Senator Nolin: I understand. This document reflects public policy. It is not legislation. In other words, Parliament never authorized this exemption. It was strictly the Minister's or Cabinet's decision to grant an exemption north of the 60th parallel and in the waters of Hudson's Bay, Ungava Bay and Lake Athabasca. Correct?

Ms. Paquin: Yes, this is the policy, but it has never been applied.

Senator Nolin: I understand, but it makes all the difference in the world to us. A law is one thing, a regulation another and public policy, still quite another. I have listed these in the order in which they are the hardest to amend. Amending legislation is our bailiwick. It is somewhat easier to amend regulations, because the government is involved in the process. A minister can amend a policy and the next day, amend it again, and so on, and so forth. We do not have much say in the matter.

If I understand correctly, you are asking us to introduce public policy into the Act. Is that right?

Ms. Paquin: To apply public policy.

Senator Nolin: I understand, but putting that aside for a moment, you are asking us to take this policy and to provide for an exemption in the act. Am I right?

[English]

Mr. Francis Schiller, Government Affairs Advisor, Nunavut Eastern Arctic Shipping Inc.: The intent of Bill C-3 is to separate policy content from operational functions, vesting with Transport Canada the responsibilities for regulation and policy direction and leaving with Coast Guard only the responsibility for operations.

Senator Nolin: You mean the responsibility to do the work?

Le sénateur Adams : Lorsque j'étais plus jeune, la Compagnie de la Baie d'Hudson s'occupait du transport des cargaisons, et je me souviens que les gens amenaient les marchandises jusque dans les magasins. Aujourd'hui, les navires disposent de leur propre équipement pour le déchargement.

Mme Paquin : C'est nous qui nous occupons du déchargement. Souvent, lorsque c'est possible, nous demandons un transporteur local de s'occuper d'acheminer la cargaison jusqu'à sa destination finale.

[Français]

Le sénateur Nolin : Je voudrais éclaircir trois choses, madame Paquin. Vous avez répondu au sénateur Tkachuk concernant l'exemption. Je comprends bien que c'est uniquement une politique du ministère ou de la Garde côtière canadienne. Ce n'est pas une loi ou un règlement. C'est purement une politique publique?

Mme Paquin : C'est écrit dans la législation sur les droits de service maritime. C'est dans la politique de cette loi.

Le sénateur Nolin : Je comprends. Le document que nous avons est une politique publique. Ce n'est pas une loi. Autrement dit, le Parlement n'a jamais autorisé cette exemption. C'est purement une décision du ministre ou du Cabinet d'octroyer une exemption au nord du 60^e parallèle et les eaux de la baie d'Hudson, de la baie d'Ungava, du lac Athabasca. Est-ce exact?

Mme Paquin : Oui, c'est écrit, mais cela n'a jamais été appliqué.

Le sénateur Nolin : Je comprends, mais c'est parce que pour nous, c'est toute la différence au monde. Une loi est une chose, un règlement est une chose et une politique publique est autre chose. Je les ai nommés dans l'ordre pour ce qui est de la difficulté à les modifier. Modifier une loi, c'est nous. Changer un règlement, c'est un plus facile car c'est le gouvernement. Changer une politique, le ministre peut le faire et le lendemain matin, la changer à nouveau et ainsi de suite le surlendemain; nous n'y pouvons rien.

Ce que vous nous demandez, si je comprends bien, c'est d'introduire cette politique publique dans la loi?

Mme Paquin : De l'appliquer.

Le sénateur Nolin : Je comprends, mais laissez de côté l'application. Vous nous demandez de prendre cette politique et d'en faire une exemption législative?

[Traduction]

M. Francis Schiller, conseiller en affaires gouvernementales, Nunavut Eastern Arctic Shipping : Le but du projet de loi C-3 est de séparer le contenu politique des fonctions opérationnelles en confiant à Transports Canada les responsabilités relatives à la réglementation et à l'orientation stratégique et à la Garde côtière les responsabilités opérationnelles uniquement.

Le sénateur Nolin : Vous voulez dire la responsabilité de faire le travail, n'est-ce pas?

Mr. Schiller: Right. We say that if that is the intent of the overall bill it should apply to all provisions, including marine navigation services fees. In Bill C-3 the only policy functions that remain with the Coast Guard are in the area of marine navigation services fees. Ms. Paquin and NEAS have claimed here that perhaps the North can serve as an example of why it may be appropriate to bring the marine navigation services fees in line with the bill's intent, which is to separate those functions. The idea is to provide a check and balance. If an agency is to become dependent on cost recovery revenues, there must be a check and balance in the agency's process of determining who has to pay those revenues. The then commissioner said it best when he was before the House of Commons standing committee; he said that Special Operating Agencies or SOAs are traditionally policy-neutral. In other words, SOAs traditionally do not give policy advice to ministers.

Coast Guard policy and regulations were purified in order to create it as an SOA. That is the relation between what was removed and what stayed. We agreed perfectly with the commissioner's assessment before the standing committee that the Coast Guard should be purified of policy responsibilities, including the area of marine fees. We think that the North is an example of how, without a check or balance, they can become dependent on or addicted to revenues from areas that should be exempt.

[Translation]

Senator Nolin: I understand what you are telling me. Perhaps you can further enlighten me, Ms. Paquin. In your testimony, you alluded to two different fee-setting structures for two vessels with the same mission. Could you explain your comment to me further?

Ms. Paquin: Yes. In your package, you will find some tables showing two vessels. One is the MV Aivik, classified as a RoRo, or Roll-on/Roll-off, vessel. According to the Canadian Coast Guard definition, this vessel is considered to be a container ship. The second vessel, the MV Umiavut, is not classified as a RoRo, or as a container ship, even though it has a container plan. The fee charged to the vessel is based on gross tonnage, or GRT. With two different fee structures, we get these results.

Senator Nolin: The fees double.

Ms. Paquin: It makes an incredible difference.

Senator Nolin: I am not sure that I understand. I see here that the fee charged to each vessel is based on the ship's functionality.

Ms. Paquin: That is correct. The Canadian Coast Guard categorizes each vessel and sets the fee based on how the ship is categorized.

Senator Nolin: I understand.

M. Schiller : Oui. Selon nous, si c'est l'objectif visé par l'ensemble du projet de loi, cela devrait s'appliquer à toutes les dispositions, y compris aux droits de services à la navigation maritime. Dans le projet de loi C-3, les seules fonctions politiques que conserve la Garde côtière concernent ces droits de services à la navigation maritime. Mme Paquin et la NEAS, qu'elle représente, demandent que nous prenions comme exemple le Nord pour montrer pourquoi il est peut-être approprié d'adapter les droits de services à la navigation maritime aux objectifs du projet de loi afin d'instaurer un certain équilibre. Si une agence fonctionne sur la base du recouvrement des coûts, il doit y avoir un système de freins et de contrepoids, dans le processus utilisé par l'agence, pour déterminer qui doit payer. Le commissaire de l'époque l'avait expliqué mieux que moi lorsqu'il avait comparu devant le comité permanent de la Chambre des communes. Il avait déclaré que les organismes de service spécial ou OSS sont normalement politiquement neutres. Autrement dit, les OSS n'ont pas pour habitude de fournir des conseils d'orientation stratégique aux ministres.

Pour pouvoir faire de la Garde côtière une OSS, on a dû épurer ses politiques et règlements. C'est la relation entre ce qui a été retiré et ce qui est resté. Nous étions parfaitement d'accord avec le commissaire lorsqu'il a déclaré devant le comité permanent que la Garde côtière devait être déchargée de ses responsabilités politiques, y compris dans le domaine des droits maritimes. Nous pensons que le Nord constitue un exemple de la façon dont on peut, en l'absence de freins et de contrepoids, devenir dépendant ou tributaire de revenus tirés d'une région qui devrait être exemptée du paiement de droits.

[Français]

Le sénateur Nolin : Je comprends ce que vous dites. J'ai besoin d'un autre éclaircissement. Vous avez parlé dans votre témoignage, madame Paquin, de deux tarifs pour deux bateaux qui font la même chose. Pouvez m'expliquer cela davantage?

Mme Paquin : Oui. Dans votre pochette, il y a des fiches. Il y a deux navires : le MV Aivik. Ce navire est considéré un navire RoRo (Roll-on/Roll-off). La Garde côtière canadienne considère que ce navire est un « container ship » d'après leur définition. L'autre navire, le MV Umiavut, est un navire qu'elle ne considère pas RoRo et elle ne le considère pas comme un « container ship », même s'il a un « container plan ». Elle le facture donc sur la jauge brute, c'est ce qu'on appelle le GRT. En facturant un navire d'une façon et l'autre navire d'une autre façon, c'est ce que cela donne.

Le sénateur Nolin : Cela passe du simple au double.

Mme Paquin : Cela fait une incroyable différence.

Le sénateur Nolin : Je ne suis pas sûr de comprendre. Je m'aperçois qu'on utilise la fonctionnalité de deux navires pour établir selon quel tarif chacun des navires sera facturé.

Mme Paquin : C'est exact. La Garde côtière canadienne juge les navires dans différentes catégories et facture selon ce qu'elle croit que le navire devrait être. Elle les catégorise.

Le sénateur Nolin : Je comprends.

Ms. Paquin: Lucky for you, because I do not understand how the process works.

Senator Nolin: Clause 16(2) of Bill C-3 — the clause of greatest concern to you — calls for an amendment to section 35(3) of the former act. Did the previous version of the legislation contain a paragraph (d), the current focus of your concern?

Mr. Schiller: I believe so.

Senator Nolin: In other words, this provision in Bill C-3 is nothing new? It is merely a former provision transposed to this bill?

[English]

Mr. Schiller: In this section they separate the differing responsibilities between the Minister of Fisheries and Oceans and the Minister of Transport, vesting with the Minister of Transport the new authorities for regulation and policy.

Senator Nolin: Except for that.

Mr. Schiller: Exactly.

Senator Nolin: In the old act, subsection (d) was part of section 35(3). Clause 16(2) of the bill seeks to amend the old 35(3).

Mr. Schiller: That is correct.

Senator Nolin: Under which responsibility, the Minister of Fisheries and Oceans?

Mr. Schiller: That is correct.

Senator Nolin: You are saying that all of the policy questions are now under the Minister of Transport. Regulation authority should also follow.

Mr. Schiller: Potentially, yes, senator, consistent with the intention of the bill.

Senator Nolin: You are not asking us to include an exemption in the bill?

Mr. Schiller: Not necessarily.

Senator Nolin: If it is a matter of policy, the Minister of Transport should determine that.

Mr. Schiller: Within the bill's own inherent purpose.

Senator Munson: What rationale is given for one rate's being 10 times more than the other rate? Can you explain in layperson's terms why that rate is charged? Has anybody explained that to you?

Ms. Paquin: We have been advised that the *Umiavut* is considered a general cargo vessel; because of that, she is not eligible for the container rate. The *MV Aivik* is a ro-ro vessel or roll-on/roll-off vessel; therefore, she is considered a container vessel and she falls within the container rate. That is what they say.

Mme Paquin: Si vous comprenez, tant mieux. Moi, je ne comprends pas.

Le sénateur Nolin: Le projet de loi C-3 nous demande, à l'article 16(2) — donc celui qui vous préoccupe — de modifier l'article 35(3) de l'ancienne loi. Est-ce que l'alinéa d) — qui est celui qui vous préoccupe — figurait dans l'ancienne loi?

M. Schiller: Oui, je pense qu'il était dans l'ancienne loi.

Le sénateur Nolin: Autrement dit, le projet de loi C-3, dans cette disposition, ne crée rien de nouveau? C'est une ancienne disposition uniquement transposée dans le projet de loi actuel?

[Traduction]

M. Schiller: Dans cet article, on fait une distinction entre les différentes responsabilités conférées au ministre des Pêches et des Océans et au ministre des Transports, en confiant à ce dernier les nouveaux pouvoirs de réglementation et d'élaboration des politiques.

Le sénateur Nolin: Sauf pour cela.

M. Schiller: Exactement.

Le sénateur Nolin: Dans l'ancienne mesure législative, l'alinéa d) faisait partie du paragraphe 35(3). Le paragraphe 16(2) du projet de loi vise à amender l'ancien paragraphe 35(3).

M. Schiller: Tout à fait.

Le sénateur Nolin: Et la responsabilité incombe au ministre des Pêches et des Océans, n'est-ce pas?

M. Schiller: Absolument.

Le sénateur Nolin: Vous dites que toutes les questions relatives à la politique relèvent désormais du ministre des Transports. Il devrait en être de même pour le pouvoir de réglementation.

M. Schiller: Si l'on se fie à l'objectif du projet de loi, cela devrait être effectivement le cas, sénateur.

Le sénateur Nolin: Vous ne nous demandez pas d'inclure une exemption dans le projet de loi, n'est-ce pas?

M. Schiller: Pas nécessairement.

Le sénateur Nolin: C'est une question de politique, le ministre des Transports devrait s'en occuper.

M. Schiller: Conformément à l'objectif inhérent au projet de loi.

Le sénateur Munson: Comment justifie-t-on qu'un tarif appliqué dans un cas soit 10 fois supérieur à celui appliqué dans l'autre? Pouvez-vous nous l'expliquer en termes simples? Vous a-t-on donné une raison?

Mme Paquin: On nous a expliqué que l'*Umiavut* est considéré comme un navire de type classique et que pour ce motif, on ne peut lui appliquer le taux prévu pour les porte-conteneurs. Par contre, ce dernier s'applique au *MV Aivik*, qui est un roulier, c'est-à-dire un navire à manutention par roulage, car on le considère comme un porte-conteneurs. C'est ce qu'on nous a dit.

Senator Nolin: It is cheaper for containers.

Ms. Paquin: It is the way they are defined.

Senator Munson: When you use the word "they", to whom are you referring?

Ms. Paquin: I am referring to the Coast Guard.

Senator Munson: People always talk about theys. Are these bureaucrats who sit back and say, "Let us make up some rules for container ships?"

Ms. Paquin: Originally they had considered both of our vessels under the container rate schedule. Subsequently that definition was modified and then it excluded our vessel. To our knowledge, ours was the only vessel excluded.

Senator Munson: How detrimental are these fees to your business?

Ms. Paquin: Any additional fee in the North is detrimental. The cost of living is very high. Any extra cost is detrimental to the North.

Senator Munson: What does paying these user fees cost your company each year? Can you give me a dollar figure? Your company obviously wants to make some money.

Ms. Paquin: Our shareholders are the Inuit Development Corporation, so our monies go right back up north. That is the first thing. The marine services fees cost our company alone over \$25,000 a year, and we are not the only company servicing the North that is charged these fees.

Senator Munson: Where does that money go? Is it simply thrown back into the national treasury?

Ms. Paquin: We do not know what the Coast Guard does with that money. Is that the question?

Senator Munson: That is the question. That is good for me. I wanted to get an idea of how this business works. It is brand new to me. As you say, the more money that flows back into the economic growth of the North, the better. That is a good thing.

Ms. Paquin: Yes. We need to minimize the cost. Additional costs are detrimental to the North, definitely.

[Translation]

Senator Chaput: My question follows along the same lines as those of Senator Nolin. Perhaps you have already answered the question, but I want to be certain that I understand your position clearly.

There are two key points to consider. On the one hand, there is the matter of service fees and how these are set. On the other hand, there is the matter of who is authorized to set and order remittance of these fees. Pursuant to Bill C-3, the authority would remain with DFO.

Le sénateur Nolin : C'est donc moins cher pour les porte-conteneurs.

Mme Paquin : C'est ainsi qu'on les a définis.

Le sénateur Munson : Quand vous dites « on », à qui faites-vous référence?

Mme Paquin : Je veux parler de la Garde côtière.

Le sénateur Munson : Les gens disent toujours « on ». Sont-ce ces bureaucrates assis en arrière qui disent : « Établissons des règles pour les navires conteneurs »?

Mme Paquin : Au départ, elle appliquait à nos deux navires la tarification prévue pour les porte-conteneurs. Puis la définition a changé et notre bateau a été exclu. À notre connaissance, c'est le seul qui ait été exclu.

Le sénateur Munson : À quel point ces droits qui vous sont exigés nuisent à vos activités?

Mme Paquin : Dans le Nord, tout paiement d'un droit additionnel cause des torts. Le coût de la vie y est très élevé. Toute dépense supplémentaire est néfaste pour le Nord.

Le sénateur Munson : Combien payez-vous, chaque année, en droits d'utilisation? Pouvez-vous me donner un chiffre? J' imagine que vous voulez évidemment gagner de l'argent.

Mme Paquin : Notre actionnaire est l'Inuit Development Corporation, de sorte que l'argent retourne immédiatement dans le Nord. Je tenais à le préciser. Les droits concernant les services à la navigation maritime coûtent seulement à notre entreprise plus de 25 000 \$ par année, et nous ne sommes pas l'unique compagnie desservant le Nord qui doive s'acquitter de ces droits.

Le sénateur Munson : Où va cet argent? Revient-il tout simplement dans les coffres du Trésor?

Mme Paquin : Nous ne savons pas ce que fait la Garde côtière de cet argent. Est-ce la question que vous me posez?

Le sénateur Munson : Oui. J'aimerais bien le savoir. Je voulais avoir une idée de la façon dont tout ceci fonctionne. C'est nouveau pour moi. Comme vous l'avez dit, plus on consacre d'argent au développement économique du Nord, meilleur c'est. C'est une bonne chose.

Mme Paquin : Oui. Nous devons limiter les coûts. Il ne fait aucun doute que toute dépense additionnelle est préjudiciable au Nord.

[Français]

Le sénateur Chaput : Ma question fait suite aux questions du sénateur Nolin. Vous avez peut-être déjà répondu à ces questions, mais je veux m'assurer que je comprends bien vos interventions.

Il y a deux points clés. Il y a la question des frais de service. De quelle façon sont-ils établis? Il y a aussi la question de savoir qui a le pouvoir d'établir et d'exiger ces frais. Le projet de loi C-3 fait en sorte que ce pouvoir demeure à Pêches et Océans Canada.

Are you primarily concerned about service fees and how these are set and whether or not they should be eliminated? If that is the case, then this is policy issue, unless I am mistaken. The bill could stand as is and the whole matter of service fees could be addressed. Would you not agree?

[English]

Mr. Schiller: They are separate, but they are interconnected; if the bill's intent is carried through, if the policy authority remains with Fisheries and Oceans, then the question is whether there is a check on that authority. Given the experience in the application of the policy in the North, we bring that question to the attention of honourable senators in the hopes that you will consider amending the bill in order to create a check on the authority and separate the operations from the policy.

[Translation]

Senator Chaput: What difference would it make if this authority was taken away from DFO and transferred to Transport Canada?

[English]

Mr. Schiller: Transport Canada was not dependent on generating the revenues. They will perhaps be more objective or policy-neutral.

[Translation]

Ms. Paquin: Our concern is that fees would increase or that ice-breaking fees would be charged in the Arctic.

Senator Chaput: So then, the decision does not rest with you, but with someone else.

Ms. Paquin: That is correct.

[English]

Senator Phalen: My question is in the same area. My understanding is that there is a user fee act; is that correct?

Mr. Schiller: I am not sure, senator.

Senator Phalen: My understanding is that there is a user fee act and that the act determines the fees, not Fisheries and Oceans nor Transport Canada. You are asking that the authority to set fees be removed from the Minister of Fisheries and Oceans. I do not think the minister sets the fees. I think there is an act that covers that. I stand to be corrected, however.

The Chairman: I believe there was a private member's bill about user fees; I do not think it went through. I do not know whether it died, but I do not think it has become law yet. I am not sure that there is overarching legislation now about user fees. Does anyone have a longer institutional memory than mine?

Votre préoccupation est-elle plus axée aux frais de service, à savoir la façon qu'ils sont établis et s'ils devraient être éliminés ou non? Si c'est le cas, si je comprends bien, c'est une politique. Le projet de loi pourrait demeurer tel quel et la question des frais de services pourrait être traitée, n'est-ce pas?

[Traduction]

M. Schiller : C'est séparé, mais interrelié; si le but du projet de loi est atteint, si Pêches et Océans Canada conserve le pouvoir politique, il faudra se demander s'il y a moyen de contrôler ce pouvoir. Compte tenu de l'expérience que nous avons en matière d'application des politiques dans le Nord, nous portons cette question à l'attention des honorables sénateurs dans l'espoir qu'ils envisageront la possibilité de modifier le projet de loi pour y ajouter une disposition relative à la surveillance des pouvoirs et à la séparation entre les responsabilités opérationnelles et les responsabilités politiques.

[Français]

Le sénateur Chaput : Quelle serait la différence si cela était transféré à Transports Canada au lieu de Pêches et Océans Canada?

[Traduction]

Transports Canada n'était pas tenu de générer des revenus. Il sera probablement plus objectif ou politiquement neutre.

[Français]

Mme Paquin : Notre crainte, c'est que les frais augmentent ou que les frais de brise-glace soient applicables dans le Grand Nord.

Le sénateur Chaput : Ce n'est pas vous qui prenez les décisions. Elles sont prises par quelqu'un d'autre.

Mme Paquin : Oui.

[Traduction]

Le sénateur Phalen : Ma question va dans le même sens. À ma connaissance, il existe une Loi sur les frais d'utilisation, n'est-ce pas?

M. Schiller : Je n'en suis pas sûr, sénateur.

Le sénateur Phalen : Il me semble qu'il existe une Loi sur les frais d'utilisation et que c'est cette loi qui fixe les frais, pas le ministère des Pêches et des Océans ni Transports Canada. Vous demandez que le pouvoir de fixer les droits soit retiré au ministre des Pêches et des Océans. Je ne pense pas que cela fasse partie de ses attributions. Je crois plutôt que c'est prévu dans la loi, mais je me trompe peut-être.

La présidente : Je crois qu'il existe un projet de loi d'initiative parlementaire au sujet des droits d'utilisation; je ne pense pas qu'il ait été adopté. Je ne sais pas s'il est mort au Feuilleton, mais je ne crois qu'il ait déjà force de loi. Je ne suis pas sûre qu'il existe maintenant une loi-cadre sur les droits d'utilisation. Quelqu'un a-t-il une mémoire institutionnelle plus longue que la mienne?

Senator Nolin: On the question of fees, I know that the Standing Joint Committee for the Scrutiny of Regulations is studying the area of fees and how those fees are calculated and what are the authorities of different ministries to establish those fees. I am not aware of any omnibus law saying that, but I stand to be corrected.

Senator Tkachuk: We could ask the minister tomorrow.

The Chairman: I remember a number of budget speeches where people said that user fees would be charged. Whether that was translated into an actual bill, I do not know. Senator Phalen has sent us down a wonderful alley.

Senator Phalen: Good.

To follow up on what Senator Adams said earlier, I do not know whether the question was answered because I do not know where Hay River is. Is there a different fee structure for the Western Arctic than for the Eastern Arctic?

Ms. Paquin: Yes, there is a difference. It is my understanding that in the west they do not pay marine services fees; in the east, they do. That is because of the way the service is provided. In the east the service is provided by way of the south. In the west the service is provided in such a fashion that cargos are railroaded up to Hay River, which is in the Northwest Territories, and subsequently carried to the different communities in the Western Arctic.

Senator Phalen: Is the fee structure the same in the rest of the country?

Ms. Paquin: I do not believe it is.

Senator Phalen: My understanding is that Transport Nanuk has a ship. You contend that your ship should have been considered a container ship and not a cargo ship; did you have any luck in that?

Ms. Paquin: We believe that we should be exempt from paying any fees at all, because the North, for socio-economic reasons that exist in the policy, should have been exempt from the beginning.

Senator Phalen: You did not have any luck in your contention that your ship should have been a container ship and not a cargo ship; is that correct?

Ms. Paquin: We worked co-operatively with Coast Guard down that avenue. Originally the vessels were considered container vessels. We had always maintained that the North should have been exempt. We had always been promised that this item would be examined. We worked co-operatively for a long time, always maintaining that the North should have been exempt. We were advised that exemption for the North would be considered in future consultations, but that never happened. We were actually sent backward.

The Chairman: The fees amount to charges of about \$25,000 per year.

Le sénateur Nolin : Je sais que le Comité mixte permanent d'examen de la réglementation étudie la question des droits et la façon dont ceux-ci doivent être calculés, ainsi que les pouvoirs conférés aux différents ministères pour fixer ces droits. À ma connaissance, il n'existe pas de loi omnibus là-dessus, mais je peux me tromper.

Le sénateur Tkachuk : Nous pourrions poser la question au ministre demain.

La présidente : Je me souviens que plusieurs discours sur le budget ont fait état de l'application de droits d'utilisation. Est-ce que cela s'est concrétisé au moyen d'un projet de loi, je l'ignore. Le sénateur Phalen nous a posé une vraie colle.

Le sénateur Phalen : Très bien.

Pour en revenir à ce qu'a dit plus tôt le sénateur Adams, je ne sais pas si on a répondu à la question étant donné que j'ignore où se trouve Hay River. Le barème de tarification appliqué pour l'Arctique de l'Ouest est-il différent de celui prévu pour l'Arctique de l'Est?

Mme Paquin : Oui, il y a une différence. À ma connaissance, dans l'Ouest, on ne paie pas de droits pour les services à la navigation maritime, alors que dans l'Est, si. Cela tient à la façon dont le service est fourni. Dans l'Est, le service vient directement du Sud. Dans l'Ouest, le service est fourni de telle sorte que les cargaisons sont transportées par camion jusqu'à Hay River, qui se trouve dans les Territoires du Nord-Ouest, puis acheminées vers les différentes communautés de l'Arctique de l'Ouest.

Le sénateur Phalen : Est-ce que le barème des droits qui s'applique est le même que partout ailleurs au pays?

Mme Paquin : Je ne crois pas.

Le sénateur Phalen : À ma connaissance, Transport Nanuk possède un navire. Vous soutenez que votre bateau devrait être considéré comme un porte-conteneurs et non comme un navire de charge; avez-vous une chance d'obtenir gain de cause?

Mme Paquin : Nous croyons que nous devrions être dispensés du paiement de tous les droits car le Nord, pour les raisons socio-économiques précisées dans la politique, aurait dû être exempté depuis le début.

Le sénateur Phalen : Vous n'avez pas réussi à les convaincre de considérer votre bateau comme un porte-conteneurs et non comme un navire de charge, n'est-ce pas?

Mme Paquin : Nous avons travaillé en coopération avec la Garde côtière dans ce sens. Au départ, les navires étaient considérés comme des porte-conteneurs. Nous avons sans cesse dit que le Nord devait être exempté. On nous a toujours promis qu'on s'occuperait du dossier. Nous avons collaboré pendant longtemps, toujours en soutenant que le Nord devait être dispensé. On nous a informés que cette exemption serait examinée lors de consultations futures, mais il ne s'est rien passé. En fait, on nous a envoyés promener.

La présidente : Le montant des droits s'élève à environ 25 000 \$ par année.

[Translation]

What percentage of your revenues are accounted for in this \$25,000 figure?

Ms. Paquin: About 0.4 per cent.

The Chairman: I would imagine that the company has earnings. What percentage of your revenues does this \$25,000 represent?

Ms. Paquin: We are a private sector company and as such, we do not disclose our earnings. We charge 0.4 per cent of our revenues, which works out about even.

The Chairman: We are not trying to stick our noses in your business affairs. We simply want to understand the extent of the burden in this case.

Ms. Paquin: I understand.

[English]

The Chairman: We are told that this bill translates into legislative terms administrative changes that have already been made legally under the authority of the Governor in Council. We are told that the bill does nothing else. You have confirmed that this clause already existed. It seems that to amend the bill in the way that you propose would be to change the nature of the bill and, therefore, remove it from the realm of administrative tidying up. It would no longer be a purely administrative framework bill but would become a policy-making bill. The entire nature of the bill would change. Is that correct?

Ms. Paquin: Perhaps Mr. Schiller could speak to that.

Mr. Schiller: I am not sure if the overall intent of the bill is to separate policy from operations. If that is the intent, then we could highlight, for the benefit of senators, the one provision they might have missed in respect of the setting of policies on fees to be charged and collected. We understood that to be the intent of the bill. As well, a number of housekeeping-related matters on security are important provisions. We note for the benefit of committee members that the policy capacity relating to marine fees rests with the Ministry of Fisheries and Oceans. That would seem, at face value, to be inconsistent with the overall intent of the bill as presented.

The Chairman: Returning to the issue of money, I am confused by the total amount being recovered through fees at large as outlined in the backgrounder. You said that you are only one company that is shipping in this region.

Ms. Paquin: That is correct.

The Chairman: I understand that \$99.8 million has been allocated to commercial shipping, of which only a small portion would be applied to the Eastern Arctic. Do you know what that figure is?

Ms. Paquin: We do not know.

[Français]

Quelle proportion de vos revenus représentent ce 25 000 \$?

Mme Paquin : Nous chargeons 0.4 p. 100.

La présidente : La compagnie a des revenus, j'imagine. Ce 25 000 \$ représente quelle proportion de ces revenus?

Mme Paquin : Nous sommes une compagnie privée, nous ne divulguons pas nos résultats. On charge 0.4 p. 100 de nos revenus et c'est à peu près égal.

La présidente : Ce n'est pas pour vous immiscer dans vos affaires, c'est pour comprendre la lourdeur ou la légèreté du fardeau dont il s'agit.

Mme Paquin : Parfait.

[Traduction]

La présidente : On nous dit que ce projet de loi traduit en termes législatifs des changements administratifs qui ont déjà été faits sous l'autorité du gouverneur en conseil; c'est tout ce que fait ce projet de loi. Vous avez confirmé que cet article existait déjà. Il semblerait que si on modifie la mesure législative dans le sens que vous proposez, cela aura pour effet de changer la nature du projet de loi et, par conséquent, de lui enlever son caractère administratif. Du coup, ce ne serait plus un projet de loi établissant purement un cadre administratif, mais un projet de loi permettant d'élaborer des politiques. Toute la nature de la mesure législative changerait, n'est-ce pas?

Mme Paquin : Je vais laisser le soin à M. Schiller de vous répondre là-dessus.

M. Schiller : Je ne sais pas si l'objectif global du projet de loi est de séparer la politique des opérations. Si c'est effectivement le but, il conviendrait de mettre en évidence, dans l'intérêt des sénateurs, la disposition qu'ils ont peut-être oubliée concernant l'élaboration des politiques relatives aux droits exigibles. Pour nous, c'était cela le but du projet de loi. En outre, plusieurs dispositions d'ordre administratif concernant la sécurité revêtent une grande importance. Nous tenons à faire remarquer aux membres du comité que le pouvoir d'élaborer les politiques relatives aux droits sur les services à la navigation maritime est confié au ministère des Pêches et des Océans. A prime abord, cela semble être incompatible avec l'objectif global du projet de loi proposé.

La présidente : Pour en revenir aux questions d'argent, je ne comprends rien au montant total recouvré au moyen du paiement de droits indiqué dans les grandes lignes dans la fiche d'information. Vous avez dit que vous étiez la seule entreprise qui assurait le transport dans la région.

Mme Paquin : C'est exact.

La présidente : Je vois que 99,8 millions de dollars ont été alloués au transport commercial, dont seulement une petite partie est allée à l'Arctique de l'Est. Savez-vous combien cela représente?

Mme Paquin : Non, je l'ignore.

Senator Tkachuk: For the record, Mr. Schiller is not a government employee but a member of a lobbying firm.

Mr. Schiller: That is correct.

Senator Tkachuk: Could you state for the record the name of the lobby firm and the names of the principals?

Mr. Schiller: I am a principal at the Industry Government Relations Group. There are three other principals, Mr. Gary LeRoux, Mr. Duncan Hills and Mr. Kirk Cox.

Senator Tkachuk: Who are the president and vice-president? Is it a partnership?

Mr. Schiller: We operate as equals. We do not have formal titles, such as president, although for these purposes, I am the president.

Senator Tkachuk: Do you have any other clients in the territories outside of this particular group?

Mr. Schiller: I have been fortunate to work for Nunavut Eastern Arctic Shipping for a number of years. I also work for the North West Company.

Senator Tkachuk: What is the North West Company?

Mr. Schiller: The North West Company is an operator of approximately 150 stores across Canada. They are the largest employer of Aboriginal peoples outside of the federal government. They are also the largest private sector employer in Nunavut, as well as the largest employer of Inuit in Nunavut.

Senator Tkachuk: They would receive goods shipped by Nunavut Eastern Arctic Shipping.

Ms. Paquin: That is correct.

Senator Tkachuk: It would be to their benefit as well.

Ms. Paquin: Yes, it would.

Senator Tkachuk: We are clear on a number of issues. The Coast Guard used to fall under Transport Canada, then Fisheries and Oceans, and now it is a stand-alone agency. Is it completely separate from the Department of Fisheries and Oceans or does it fall under the Minister of Fisheries and Oceans, although it is an agency?

Mr. Schiller: I believe it still reports to Parliament through the Minister of Fisheries and Oceans.

Senator Tkachuk: I am certainly amenable to an amendment to change the charging of the fees to the Minister of Transport, as the rest of the bill seems to do, rather than leave it with the Minister of Fisheries and Oceans, which seems at odds with the intent in the bill. That sums up my view and I want to confirm your thoughts on this so that you are properly represented when the minister appears tomorrow.

Ms. Paquin: That is correct.

Le sénateur Tkachuk : Je tiens à préciser que M. Schiller n'est pas un employé du gouvernement, mais qu'il représente une entreprise de lobbying.

M. Schiller : C'est vrai.

Le sénateur Tkachuk : Pourriez-vous, pour les fins du compte rendu, indiquer le nom de cette entreprise de lobbying et nous dire qui en sont les dirigeants?

M. Schiller : Je suis l'un des directeurs du Industry Government Relations Group. Il y en a trois autres, MM. Gary LeRoux, Duncan Hill et Kirk Cox.

Le sénateur Tkachuk : Qui sont le président et le vice-président? Est-ce un partenariat?

M. Schiller : Nous sommes tous au même niveau. Nous n'avons pas de titres formels, comme président, même si dans ce cas-ci, j'agis comme tel.

Le sénateur Tkachuk : Avez-vous d'autres clients dans les territoires, à part ce groupe particulier?

M. Schiller : J'ai eu la chance de travailler pour la Nunavut Eastern Arctic Shipping pendant plusieurs années. Je travaille aussi avec la North West Company.

Le sénateur Tkachuk : Qu'est-ce que cette North West Company?

M. Schiller : C'est une société qui exploite environ 150 magasins partout au Canada. C'est elle qui emploie le plus grand nombre d'Autochtones après le gouvernement fédéral. C'est aussi le plus gros employeur du secteur privé au Nunavut et le plus grand employeur d'Inuits au Nunavut.

Le sénateur Tkachuk : Elle reçoit les marchandises expédiées par la Nunavut Eastern Arctic Shipping.

Mme Paquin : C'est exact.

Le sénateur Tkachuk : C'est aussi à son avantage.

Mme Paquin : Oui.

Le sénateur Tkachuk : Plusieurs problèmes sont clairs à nos yeux. La Garde côtière a relevé de Transports Canada, puis du ministère des Pêches et des Océans, et maintenant, c'est une agence indépendante. Est-elle complètement séparée du ministère des Pêches et des Océans ou relève-t-elle encore de lui, même si c'est une agence?

M. Schiller : Je pense qu'elle fait toujours rapport au Parlement par l'intermédiaire du ministre des Pêches et des Océans.

Le sénateur Tkachuk : Je suis tout à fait disposé à accepter un amendement demandant que l'imposition de droits relève du ministre des Transports, puisque ce serait ainsi conforme au reste du projet de loi, plutôt que de laisser cette responsabilité au ministre des Pêches et des Océans, étant donné que c'est contraire à l'objectif du projet de loi. Cela résume ma position et je voulais être certain de la vôtre pour que vous soyez correctement représentés lorsque le ministre comparaitra devant nous demain.

Mme Paquin : C'est tout à fait cela.

The Chairman: Now I am confused. I have a supplementary question. Your core objective is to eliminate the fees. Is that correct?

Ms. Paquin: Our objective is to eliminate the user fees for the North.

The Chairman: You believe that it would be a more fruitful avenue to have the responsibility lie with the Minister of Transport rather than with the Minister of Fisheries and Oceans. Is that correct?

Ms. Paquin: That is correct.

Senator Adams: Oil tankers frequently ply the waters of the North. Are they charged such fees?

Ms. Paquin: All of the ships navigating the Eastern Arctic are charged fees.

Senator Adams: At one time, the Coast Guard was operated by Transport Canada to deliver oil to the community. Now, most of the tankers have been privatized. Does the Coast Guard operate any oil tankers?

Ms. Paquin: In certain communities, like Pelly Bay, or Kugaaruk, oil is carried by the Coast Guard via transshipment from Nanisivik. In most other communities, commercial tankers deliver the oil.

Senator Adams: Is the Coast Guard a competitor for fees? We have a job at Pelly Bay, for instance. Usually some of the cargo ships go up to Nanisivik. Does your ship take cargo as far as Nanisivik?

Ms. Paquin: Yes, Nanisivik is used as a transshipment point for Kugaluk as well as Eureka. The Coast Guard picks up the cargo in Nanisivik and carries it for furtherance to those two destinations.

Senator Adams: Do you have anything to do with oil tankers or their cargo?

Ms. Paquin: We carry only dry cargo. We do not do oil, unless it is in drums.

[Translation]

Senator Nolin: I have another question.

[English]

In your remarks, you said, "We maintain that this may, in fact, be contrary to the stated intent of the bill..." What do you have in writing to tell us that the minister said that, and that it is the stated intent of the government?

Mr. Schiller: I would refer the senator to the two quotations we provided in the presentation. The first is the comments made by the Parliamentary Secretary to the Minister of Transport in the House of Commons: "Specifically, all Canadian Coast Guard policy responsibilities and certain operational responsibilities... were transferred to Transport Canada." That is from Hansard,

La présidente : Maintenant, je suis perdue. J'ai une autre question. Votre objectif fondamental est d'éliminer les droits, n'est-ce pas?

Mme Paquin : Notre objectif est d'éliminer les droits d'utilisation pour le Nord.

La présidente : Vous pensez que ce serait plus pertinent que cette responsabilité incombe au ministre des Transports plutôt qu'à celui des Pêches et des Océans, exact?

Mme Paquin : Absolument.

Le sénateur Adams : Les pétroliers naviguent fréquemment dans les eaux du Nord. Doivent-ils payer des droits pour cela?

Mme Paquin : Tous les bateaux qui naviguent dans l'Arctique de l'Est doivent acquitter des droits.

Le sénateur Adams : À une époque, la Garde côtière devait s'occuper, sous l'égide de Transports Canada, de livrer le pétrole dans ces communautés. Actuellement, la plupart des pétroliers ont été privatisés. La Garde côtière possède-t-elle toujours des pétroliers?

Mme Paquin : Pour certaines communautés, comme celles de Pelly Bay ou de Kugaaruk, c'est la Garde côtière qui s'occupe du transport du pétrole qu'elle effectue par transbordement à partir de Nanisivik. Dans la plupart des autres communautés, ce sont des pétroliers commerciaux qui apportent le pétrole.

Le sénateur Adams : La Garde côtière est-elle une concurrente pour les droits? Nous avons un travail à faire à Pelly Bay, par exemple. Habituellement, certains navires cargos vont jusqu'à Nanisivik. Est-ce que le vôtre se rend aussi loin?

Mme Paquin : Oui, Nanisivik est utilisée comme point de transbordement pour Kugaluk et Eureka. La Garde côtière prend la cargaison à Nanisivik et la transporte jusqu'à ces deux destinations.

Le sénateur Adams : Avez-vous quelque chose à voir avec les pétroliers ou leurs cargaisons?

Mme Paquin : Nous ne transportons que des marchandises sèches. Nous ne transportons pas de pétrole, sauf en barils.

[Français]

Le sénateur Nolin : J'aurais une autre question.

[Traduction]

Dans votre allocution, vous avez déclaré que vous pensiez que ceci était peut-être contraire à l'objectif déclaré du projet de loi. De quelle preuve écrite disposez-vous pour dire que le ministère aurait affirmé pareille chose et que c'est l'objectif déclaré du gouvernement?

M. Schiller : Je vous renvoie aux deux citations figurant dans l'exposé. La première porte sur les commentaires formulés par le secrétaire parlementaire du ministre des Transports à la Chambre des communes : « Plus précisément, toutes les responsabilités de la Garde côtière canadienne en matière d'orientations et d'opérations... ont été transférées à Transports Canada ». Ceci

Friday, October 15, 2004. The second quotation is the comments from the then commissioner of the Coast Guard, delivered before the Standing Committee on Transport on November 30.

Again, we deferred to the legislative experts. We are just going on what we have been able to deduce from the comments made by government officials speaking to the bill.

Senator Tkachuk: Mr. Schiller, in your letter to us you said that the Government of Nunavut wrote in, as did a number of other leading Inuit groups including Nunavut Tunngavik Incorporated, to outline its views to the House of Commons committee. Is that not correct? You unsuccessfully requested to appear. Did they turn you down?

Ms. Paquin: Yes, they did.

Senator Tkachuk: Mr. Schiller seems to have some doubts. Did they turn you down? Did they turn down the Nunavut territorial government as well?

Mr. Schiller: My understanding is that the committee decided not to hear witnesses. A number of letters were received by the committee, including one from the Government of Nunavut. The Government of Nunavut cancelled at the last minute. My understanding is that the committee decided not to hear any other witnesses.

Senator Tkachuk: The government was given time, and then they cancelled out. Can you explain that again?

Mr. Schiller: I am not sure what transpired. I believe that the Government of Nunavut requested to appear before the standing committee, as did Transport Nanuk, Nunavut Tunngavik Incorporated and others. The committee made time available for the Government of Nunavut, who cancelled the meeting proposed, and the committee decided to proceed without hearing from other witnesses. That is my understanding.

Senator Tkachuk: Did you receive any correspondence from the chairman of the committee addressed to you, Mr. Schiller, or to the corporation regarding the reasons why, or were they just too darn busy?

Ms. Paquin: I guess they were too busy.

Senator Adams: I would like to find out more. Why would the House of Commons not hear from the witnesses? As a background, at one time there was at Igloolik a transportation committee. How long ago was the agreement with the partnership with the shipping set up? Was it about two or three years ago?

Ms. Paquin: We were set up in 1998.

Senator Adams: I want to make sure our committee understands Nunavut and Nunavik. Nunavut is a territory and Nunavik is in Northern Quebec.

est tiré du hansard du vendredi 15 octobre 2004. La deuxième citation vient des commentaires faits le 30 novembre devant le Comité permanent des transports par le commissaire de l'époque de la Garde côtière.

Nous nous en sommes remis aux spécialistes de la législation. Nous nous en tenons simplement à ce que nous avons pu déduire des observations des représentants du gouvernement au sujet du projet de loi.

Le sénateur Tkachuk : Monsieur Schiller, dans la lettre que vous nous avez envoyée, vous dites que le gouvernement du Nunavut, ainsi que plusieurs importants groupes inuits, dont la Nunavut Tunngavik Incorporated, avaient écrit au comité de la Chambre des communes dans le but d'exposer leurs points de vue. Est-ce faux? Vous aviez demandé à comparaître, mais sans succès. Votre demande a-t-elle été rejetée?

Mme Paquin : Oui.

Le sénateur Tkachuk : M. Schiller semble avoir des doutes. Le comité a-t-il refusé de vous rencontrer? A-t-il également refusé de rencontrer le gouvernement territorial du Nunavut?

M. Schiller : D'après ce que j'ai compris, le comité avait décidé de ne pas entendre de témoins. Le comité avait reçu plusieurs lettres, y compris une du gouvernement du Nunavut. Ce dernier aurait annulé sa participation à la dernière minute. À ma connaissance, le comité avait décidé de ne pas entendre d'autres témoins.

Le sénateur Tkachuk : On avait accordé du temps au gouvernement pour que ses représentants témoignent puis tout a été annulé. Pouvez-vous l'expliquer à nouveau?

M. Schiller : Je ne sais pas très bien ce qui s'est passé. Je crois que le gouvernement du Nunavut avait demandé à comparaître devant le comité permanent, tout comme Transport Nanuk, Nunavut Tunngavik Incorporated et d'autres. Le comité avait réservé du temps pour le gouvernement du Nunavut, mais ce dernier a annulé la rencontre proposée. Du coup, le comité a décidé de ne pas entendre d'autres témoins. C'est ce que j'ai cru comprendre.

Le sénateur Tkachuk : Le président du comité vous a-t-il envoyé une lettre, à vous, à monsieur Schiller ou à la société expliquant les raisons de l'annulation, ou bien était-il trop occupé pour le faire?

Mme Paquin : Je crois qu'il était trop occupé.

Le sénateur Adams : J'aimerais en avoir le cœur net. Pourquoi la Chambre des communes refuserait-elle d'entendre des témoins? Pour votre information, sachez qu'à une époque, il y avait un comité des transports à Igloolik. À quand remonte l'entente de partenariat avec la société de transport? A-t-elle été conclue il y a deux ou trois ans?

Mme Paquin : Nous avons été constitués en 1998.

Le sénateur Adams : Je veux être certain que les membres du comité comprennent bien la différence entre le Nunavut et le Nunavik. Le Nunavut est un territoire et le Nunavik est une région du Nord du Québec.

Right now, in partnership with the transportation committee, you own two ships. Is that correct?

Ms. Paquin: We own two ships; that is correct.

Senator Adams: What is the cargo tonnage?

Ms. Paquin: The *Umiavut* carries about 14,000 cubic metres of cargo, and the *Aivik* carries about 12,000 cubic metres of cargo. They each do three voyages up in the Eastern Arctic, to all of the Eastern Arctic, including all the 14 communities in Nunavik, Baffin Island, Kivalik and elsewhere.

Senator Adams: Since Churchill Northern Transportation Company Limited (NTCL) has been closed down, do you now have more of the business in the Keewatin region around Hudson Bay?

Ms. Paquin: The Kivalik region is not the region we service for the Government of Nunavut. We service the Baffin Island region and the Nunavik region, although we do call Rankin Inlet, Coral Harbour and Repulse Bay as well. We are not the GN carrier for the Kivalik region at this time.

Senator Adams: Do you know exactly what the Coast Guard says in regard to tonnage, because you have no icebreaker facility to go up to Pelly Bay? Does the Coast Guard go up to Grise Fjord?

Ms. Paquin: We go to Grise Fjord.

Senator Adams: That is the last community right at the top of the high Arctic.

Ms. Paquin: It is very difficult.

The Chairman: For senators who are unclear about Nunavut and Nunavik, the last page of this folder has a very useful map. Grise Fjord is there as well.

Senator Adams: The ministry does not want an amendment. The committee would have had a chance in the House of Commons before the bill hit the Senate. We have a case here in the Senate. They wrote a letter to the committee in the House of Commons, and they were refused.

Senator Tkachuk: Mr. St-Julien, did you wish to make a comment?

[Translation]

Mr. St-Julien: Further to Senator Tkachuk's question, the President of Makivik, Mr. Pita Aatami, made every possible effort to intervene in this matter as a witness, but his efforts were unsuccessful. Quebec is one of only a few provinces in Canada where north of the 60th parallel, you will find the territory of Nunavik and seven northern villages. Mr. Aatami of Makivik tried to see to it that this policy was explained to the Inuit of Nunavik but his efforts were rebuffed.

Actuellement, en partenariat avec la société de transport, vous possédez deux navires, n'est-ce pas?

Mme Paquin: Effectivement, nous sommes propriétaires de deux bateaux.

Le sénateur Adams: Quel est le tonnage des cargaisons?

Mme Paquin: Le *Umiavut* transporte environ 14 000 mètres cubes de charge, et le *Aivik*, approximativement 12 000. Chacun d'eux fait trois voyages dans toute la région de l'Arctique de l'Est, y compris dans les 14 communautés du Nunavik, de l'Île de Baffin, de Kivalik et d'ailleurs.

Le sénateur Adams: Depuis que la Churchill Northern Transportation Company Limited (NTCL) a fermé ses portes, travaillez-vous plus dans la région de Keewatin, autour de la baie d'Hudson?

Mme Paquin: Nous ne desservons pas la région de Kivalik pour le compte du gouvernement du Nunavut. Nous desservons la région de l'Île de Baffin et celle du Nunavik, même si nous l'appelons Rankin Inlet, ainsi que Coral Harbour et Repulse Bay. Actuellement, nous ne sommes pas le transporteur du gouvernement du Nunavut pour la région de Kivalik.

Le sénateur Adams: Savez-vous exactement ce que dit la Garde côtière à propos du tonnage, étant donné que vous n'avez pas de brise-glace pour vous rendre jusqu'à Pelly Bay? La Garde côtière va-t-elle jusqu'au fiord Grise?

Mme Paquin: Nous allons jusqu'au fiord Grise.

Le sénateur Adams: C'est la dernière communauté aux confins de l'Arctique.

Mme Paquin: C'est une région très difficile d'accès.

La présidente: Je renvoie ceux qui ne font pas très bien la différence entre le Nunavut et le Nunavik à la dernière page du dossier qui nous a été remis et qui contient une carte très utile. Fiord Grise s'y trouve aussi.

Le sénateur Adams: Le ministère ne veut pas d'amendement. Le comité aurait eu une chance à la Chambre des communes avant que le projet de loi n'arrive au Sénat. Nous sommes face à un problème. Ces gens ont écrit une lettre au comité de la Chambre des communes, qui a refusé de les rencontrer.

Le sénateur Tkachuk: Monsieur St-Julien, vous vouliez faire un commentaire?

[Français]

M. St-Julien: Pour faire suite à la question du sénateur Tkachuk, le président de la société Makivik, M. Pita Aatami, a essayé par tous les moyens d'intervenir comme témoin, mais en vain. Dans la province de Québec, au nord du 60^e parallèle — c'est l'une des seules provinces du Canada — où le territoire du Nunavik compte sept villages nordiques par décret au nord du 60^e parallèle. M. Aatami, de la société Makivik, a essayé de s'assurer que les Inuits du Nunavik qui vivent au nord du 60^e parallèle soient au courant de cette politique. Il a essayé un refus total.

[English]

The Chairman: I was going to say was that while I think it is appropriate for a Senate committee to examine what a Commons committee did, we may be getting into uncharted realms if we are examining psychological reasons.

Senator Munson: Just for the record, who is the chair of that committee?

The Chairman: Mr. Gallaway is the chairman of that committee.

Ms. Paquin: We did meet Mr. Karygiannis subsequent to the committee meeting, and we did inform him of our concerns with the bill.

The Chairman: Thank you all.

[Translation]

As you can see, it has been a learning process for us. Thank you.

Ms. Paquin: Thank you very much as well.

[English]

Honourable senators, we will take a two-minute break and resume for a brief in camera meeting to discuss another topic not connected to this bill. I take the opportunity to thank again our witnesses.

[Translation]

If we need more information, we can always contact you.

The meetings is adjourned.

OTTAWA, Wednesday, June 8, 2005

The Standing Senate Committee on Transport and Communications, to which was referred Bill C-3, to amend the Canada Shipping Act, the Canada Shipping Act, 2001, the Canada National Marine Conservation Areas Act and the Oceans Act; and Bill S-31, to authorize construction and maintenance of a bridge over the St. Lawrence River and a bridge over the Beauharnois Canal for the purpose of completing Highway 30, met this day at 6:29 p.m. to give consideration to the bills.

Senator Joan Fraser (Chairman) in the chair.

[English]

The Chairman: Honourable senators, we are meeting today with Minister of Transport, the Honourable Jean Lapierre, and a number of officials. Our order of business is a little bit complicated today, so I will go through it.

[Traduction]

La présidente : J'allais dire que même si je pense qu'il est approprié que le comité du Sénat examine ce qu'a fait le comité de la Chambre des communes, nous risquons de nous retrouver dans une impasse si nous voulons élucider les raisons psychologiques derrière tout cela.

Le sénateur Munson : Pour information, qui préside ce comité?

La présidente : C'est M. Gallaway.

Mme Paquin : Nous avons rencontré M. Karygiannis après la réunion du comité et nous lui avons fait part de nos préoccupations à l'égard du projet de loi.

La présidente : Merci à tous.

[Français]

Comme vous voyez, cela a été pour nous un voyage de découvertes, merci beaucoup.

Mme Paquin : Merci beaucoup.

[Traduction]

Honorables sénateurs, nous allons faire une pause de deux minutes puis nous reprendrons nos travaux à huis clos pour discuter brièvement d'un autre sujet qui n'est pas relié à ce projet de loi. Je tiens à remercier encore nos témoins de leur participation.

[Français]

Si nous avons besoin de plus amples renseignements, nous pouvons toujours vous contacter.

La séance est levée.

OTTAWA, le mercredi 8 juin 2005

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications, à qui a été renvoyé le projet de loi C-3, loi modifiant la Loi sur la marine marchande du Canada, la Loi de 2001 sur la marine marchande du Canada, la Loi sur les aires marines nationales de conservation du Canada et la Loi sur les océans, de même que le projet de loi S-31, Loi autorisant la construction et l'entretien d'un pont franchissant le fleuve Saint-Laurent et d'un pont franchissant le canal Beauharnois en vue du parachèvement de l'autoroute 30, se réunit ce jour à 18 h 29 pour étudier ces projets de loi.

Le sénateur Joan Fraser (présidente) occupe le fauteuil.

[Traduction]

La présidente : Honorables sénateurs, nous nous réunissons aujourd'hui avec le ministre des Transports, l'honorable Jean Lapierre, qui est accompagné par certains fonctionnaires. Comme notre ordre du jour est un peu compliqué aujourd'hui, je vais vous le lire.

We will first hear from the minister on Bill C-3, an act to amend the Canada Shipping Act, the Canada Shipping Act, 2001, the Canada National Marine Conservation Areas Act and the Oceans Act, and we will discuss the bill briefly with him. At seven o'clock, we will conclude questioning on Bill C-3 and we will hear from the minister on Bill S-31, an act to authorize construction and maintenance of bridges over the St. Lawrence River and the Beauharnois Canal for the purpose of completing Highway 30. We will discuss that bill with the minister. The minister has to leave at about 7:30, but the officials will stay.

We can then revert to discussions with the officials on either bill. Once we have completed questioning of the officials on both bills, we will proceed to clause-by-clause consideration of Bill C-3.

[Translation]

The Honourable Jean-C. Lapierre, P.C., M.P., Minister of Transport: Madam Chair, Bill C-3 involves a slight re-organization of Government in so far as it amends several pieces of existing legislation, including: the Canada Shipping Act, the National Marine Conservation Areas Act, 2001 and the Oceans Act.

As you are well aware, the marine transportation sector is a major contributor to Canada's economy. Our ports are among the most competitive in the world. Every year, Canada Port Authorities generate more than \$20 billion worth of economic activity. They are responsible for more than a quarter of a million jobs. And, they handle over \$100 billion worth of goods — one quarter of all Canadian trade. However, it is imperative that our marine transportation system run as safely as possible. Therefore, Bill C-3 is designed to improve marine service delivery, in both policy and operational functions.

Let me give you a little background. In 1995, the government transferred most of the Coast Guard from Transport Canada to the Department of Fisheries and Oceans. Areas related to commercial shipping were exempted. This created significant confusion for marine stakeholders and bureaucrats alike.

Prime Minister Martin decided, on the very day he was sworn into office, to revert all marine policy responsibilities back to Transport Canada. Bill C-3 does just that. It transfers policy responsibilities, such as the development and management of legislation, regulations, standards and guidelines to my department.

It allows the Coast Guard to focus on its operational needs and requirements as it transforms into a special operating agency. It more clearly defines my responsibilities — as the Minister of Transport — and those of my colleague — the Minister of Fisheries and Oceans. It simplifies roles — giving my department responsibility for regulating all vessels on the water, including commercial vessels. The clarification of roles and responsibilities

Tout d'abord, nous entendrons le ministre au sujet du projet de loi C-3, loi modifiant la Loi sur la marine marchande du Canada, la Loi de 2001 sur la marine marchande du Canada, la Loi sur les aires marines nationales de conservation du Canada et la Loi sur les océans et nous discuterons du projet de loi avec lui. À 19 heures, nous entendrons le ministre au sujet du projet de loi S-31, Loi autorisant la construction et l'entretien d'un pont franchissant le fleuve Saint-Laurent et d'un pont franchissant le canal Beauharnois en vue du parachèvement de l'autoroute 30 et nous discuterons avec lui. Le ministre doit partir vers 19 h 30, mais les fonctionnaires pourront rester.

Nous pourrions avoir des échanges avec ses fonctionnaires sur l'un ou l'autre des deux projets de loi et après leur avoir posé des questions sur ces deux mesures, nous passerons à l'étude article par article du projet de loi C-3.

[Français]

L'honorable Jean-C. Lapierre, C.P., député, ministre des Transports : Madame la présidente, le projet de loi C-3 est un peu une réorganisation gouvernementale puisque qu'il modifie plusieurs lois : la Loi sur la marine marchande du Canada, la Loi de 2001 sur la marine marchande du Canada, la Loi sur les aires marines nationales de conservation du Canada et la Loi sur les océans.

Comme vous le savez, le secteur du transport maritime est un moteur important de l'économie canadienne puisque nos ports sont parmi les plus concurrentiels au monde. On évalue d'ailleurs les activités économiques des administrations portuaires canadiennes à plus de 20 milliards de dollars chaque année et comptent plus d'un quart de million d'emplois et on traite plus de 100 milliards de marchandises, soit un quart de tous les échanges commerciaux au Canada. Cependant, notre système de transport maritime doit fonctionner de manière sécuritaire. Le projet de loi C-3 a donc pour but d'améliorer la prestation des services maritimes tant du côté des politiques que du côté des opérations.

Au fond, le contexte dans lequel s'insère ce projet de loi, c'est qu'en 1995, le gouvernement a transféré de Transports Canada au ministère des Pêches et des Océans la majeure partie de la Garde côtière sauf les secteurs liés à la marine marchande. Cela a créé une assez grande confusion chez les intervenants maritimes et les bureaucrates.

Au moment de son assermentation, le premier ministre Martin a décidé de redonner à Transports Canada toutes ces responsabilités touchant les politiques maritimes. C'est ce que fait le projet de loi C-3. On transfère à Transports Canada la responsabilité des politiques telles que l'élaboration et la gestion des lois, des règlements, des normes et des lignes directrices.

La Garde côtière pourra alors se concentrer sur ses besoins et exigences opérationnelles dans le cadre de son changement de statut en un organisme de services spécial. Mes responsabilités en tant que ministre des Transports et celle de mon collègue, le ministre des Pêches et des Océans, seraient aussi mieux définies. Ceci simplifie les rôles car mon ministère sera désormais responsable de la réglementation de tous les bâtiments, y

is welcomed by marine stakeholders. They have expressed their views on the inefficacy of having two departments competing in the same area.

Bill C-3 sets out to transfer operational responsibilities related to pleasure craft safety, marine navigation services, navigable waters protection and pollution prevention and response to Transports Canada.

I will give you a quick example. Prior to December 12, 2003, regulatory responsibility for marine pollution was split between Transport Canada and the Department of Fisheries and Oceans. Today, that responsibility is consolidated at Transport Canada. This allows for enhanced enforcement and compliance activities and reduces the risk of damage to the marine environment.

And Transport Canada now manages the National Aerial Surveillance Program, which focuses on detection and investigation of pollution incidents. In other words, we have planes patrolling the east and west coasts. As part of the transfer, Transport Canada is getting not just the responsibilities but also the employees and the budgetary funds that were being used to carry out these responsibilities from the Department of Fisheries and Oceans. To do otherwise, would complicate things. Although housekeeping in nature, Bill C-3 will improve the way the government does business. It means better protection for seafarers, the public and the marine environment. It also means clearer rules and processes to promote a more competitive marine transportation sector. So, there you have an overview of the bill, which is really just housekeeping in nature. We are here today to make the necessary legislative changes required to make the whole system more effective.

I have it on good authority that the split in Coast Guard responsibilities dates back to the time of Doug Young and Brian Tobin. However, that structure created a certain number of inconsistent administrative responsibilities. Our aim is to create a more logical structure.

The Chairman: There we have an overview of Bill C-3. We shall now move on to questions from Senators.

Senator Nolin: I have not been following this bill. However, I was present at a meeting where we heard from representatives of Nunavut Eastern Arctic Shipping Inc. They are, of course, a for-profit entity, but they also serve an area where the cost of living can be extremely high. In their brief, they quoted a statement made by your parliamentary secretary. If you will bear with me, I would like to read it to you:

[English]

Specifically, all Canadian Coast Guard policy responsibilities and certain operational responsibilities relating to...marine navigation services...or transferred to Transport Canada.

compris les navires commerciaux. Les intervenants maritimes accueillent favorablement cette clarification des rôles et des responsabilités. Ils avaient d'ailleurs exprimé qu'ils jugeaient inefficace que les deux ministères soient en compétition pour la même chose.

Le projet de loi C-3 prévoit le transfert à Transports Canada des responsabilités opérationnelles liées à la sécurité des embarcations de plaisance au service de navigation maritime, à la protection des eaux navigables et à la prévention de la pollution et à l'intervention.

Par exemple, avant le 12 décembre 2003, Transports Canada et le ministère des Pêches et Océans se partageaient la responsabilité de la pollution maritime. Cette responsabilité revient maintenant uniquement à Transports Canada. Cela permettra d'améliorer les activités d'application de la loi, d'assurer une plus grande conformité et de réduire les risques de préjudices en milieu marin.

De plus, Transports Canada gère maintenant le programme national de surveillance aérienne qui est axé sur de la détection et l'enquête d'incidents de pollution. On a donc des avions qui se promènent sur les côtes Est et Ouest. Ce ne sont pas que les responsabilités qui sont transférées du ministère des Pêches et des Océans à Transports Canada, mais aussi les employés et les crédits budgétaires utilisés pour mener ces activités. Autrement, ce serait compliqué. Bien que de nature administrative, le projet de loi C-3 améliorera la façon dont le gouvernement mènera ses activités. Il en résultera une plus grande protection des gens de mer, du public et du milieu marin et la clarification des règles et des processus favorisera aussi la compétitivité du secteur du transport maritime. C'est l'essentiel de ce projet de loi qui est vraiment de nature administrative. Nous sommes ici aujourd'hui pour mettre sous forme législative les changements nécessaires afin de rendre le tout plus efficace.

On me dit que le partage des responsabilités de la Garde côtière date de l'époque de Doug Young et Brian Tobin sauf qu'avec cela, venait un certain nombre de responsabilités administratives incohérentes. On voulait avoir quelque chose de plus logique.

La présidente : Voilà pour le projet de loi C-3. On passe maintenant à la période des questions.

Le sénateur Nolin : Je n'ai pas suivi ce projet de loi. Toutefois, j'ai participé hier à une séance avec des représentants du Nunavut Eastern Arctic Shipping Inc. qui — il faut le dire — est une entreprise à but lucratif, mais qui dessert une population sujette à des coûts qui peuvent être exorbitants. Dans leur mémoire, ils nous rapportent une déclaration de votre secrétaire parlementaire. Et, si vous me le permettez, je vais vous vous la lire :

[Traduction]

Plus précisément, toutes les fonctions de police et certaines responsabilités opérationnelles de la Garde côtière canadienne relativement aux services de navigation maritime ont été transférées à Transports Canada.

[Translation]

Do you agree with the parliamentary secretary's assertion?

Mr. Lapierre: Policy is our jurisdiction, whereas operations or fee-setting are not.

Senator Nolin: The Coast Guard does currently have a policy. The witnesses provided us with a document downloaded directly from the Department of Fisheries and Oceans' website. I could let you see it if you wish. The Website states that "there is an exemption for waters north of 60 degrees latitude and for James Bay, Hudson Bay and Ungava Bay." This is clearly a policy, which, if you parliamentary secretary is to be believed — and you have told us that his statement is indeed correct — should be your jurisdiction. The witnesses contended that the Coast Guard should not be able to set the policy and benefit from it at the same time. I think that this stands to reason. In other words, the two Federal entities should have completely separate jurisdictions, and indeed I believe this is what you are endeavouring to achieve. Put policy — and the example I just gave you is clearly a policy — in the hands of the Department of Transport and leave the responsibility for the operation of the Coast Guard with Fisheries and Oceans.

Do you not think that it would be much more effective and in line with the intent of your legislation for you to take control of policy and the corresponding regulations and to leave operations with the Department of Fisheries and Oceans?

Mr. Lapierre: At first blush, it would seem the logical thing to do. I think Mr. McDonald is better placed to address this issue than I am.

[English]

Mr. Gerard A. McDonald, Director General, Marine Safety, Transport Canada: I would be happy to respond. The Orders-in-Council that transferred the Coast Guard responsibilities to Transport Canada talked of marine navigation services included under the Canada Shipping Act. They relate to four specific regulations under the Canada shipping Act: The vessel traffic service zone regulations, the Eastern Canada vessel traffic service zone regulations, the private buoy regulations, and the aids to navigation protection regulations. We are talking here about the marine navigation services fees, which are operational fees charged by the Coast Guard to offset the cost of certain of their services. Those services are charged for under the authority of the Oceans Act, which is not part of this bill.

[Translation]

Senator Nolin: I agree wholeheartedly with the notion that politicians should be in charge of policy. This is quite obviously a policy decision. Indeed, the existence or non-existence of an exemption or leaving the operation in the hands of an entirely

[Français]

Êtes-vous d'accord avec cette déclaration de votre secrétaire parlementaire?

M. Lapierre : Toute la question des politiques nous revient, mais pas les opérations ou la tarification.

Le sénateur Nolin : Il y a une politique actuellement de la garde côtière. Les témoins nous ont soumis un document qui sort directement du site web du ministère des Pêches et des Océans dans lequel il est dit — et je peux vous tendre le document — qu'au nord du 60^e parallèle et pour les eaux de la baie de James, de la baie d'Hudson et de la baie d'Ungava, il y a une exemption. C'est clairement une politique qui, si on se fie à la déclaration de votre secrétaire parlementaire, que vous avez confirmé, devrait relever de vous. La prétention de ces témoins est de dire : on ne veut pas que la garde côtière soit à la fois l'émetteur de la politique et les bénéficiaires de l'application de la politique. Ce qui est relativement logique. Autrement dit, confions à deux entités relevant de l'autorité fédérale la responsabilité — et c'est ce qu'on comprend de votre intention — laissons au ministre des Transports la responsabilité des politiques — et celle qui nous est soumise en est de toute évidence une — et laissons au ministère des Pêches et des Océans, la responsabilité opérationnelle de la garde côtière.

Ne croyez-vous pas qu'il serait beaucoup plus efficace et respectueux de votre intention législative, qui est pour vous de rapatrier tout ce qui s'appelle politique et la réglementation qui vient avec ces politiques, et laisser les opérations au ministère des Pêches et des Océans?

M. Lapierre : À première vue, c'est logique. M. McDonald pourrait mieux que moi répondre à ces questions.

[Traduction]

M. Gerard A. McDonald, directeur général, Sécurité maritime, Transports Canada : Je vais me faire un plaisir de vous répondre. Les décrets qui ont donné lieu au transfert de responsabilités de la Garde côtière à Transports Canada concernent les services de navigation maritime visés par la Loi sur la marine marchande du Canada. Ils concernent plus précisément quatre règlements découlant de la Loi sur la marine marchande du Canada : le Règlement sur les zones de services de trafic maritime, le Règlement sur la zone de services de trafic maritime de l'est du Canada, le Règlement sur les bouées privées et le Règlement sur la protection des aides à la navigation. Il est ici question des droits imposés pour les services à la navigation, qui sont des droits opérationnels facturés par la Garde côtière afin de compenser certains coûts associés aux services. Ces services sont facturés en vertu de la Loi sur les océans, qui n'est pas visée par ce projet de loi.

[Français]

Le sénateur Nolin : Je suis entièrement d'accord avec l'idée qu'un politicien soit responsable des politiques. De toute évidence, c'est une décision politique. On accorde ou non une exemption. Qu'on laisse la gestion de l'exploitation à une autre

different entity has no bearing on my opinion on this matter. Creating two separate jurisdictions will act as a counterbalance and will avoid a situation where the same entity is responsible for setting and implementing the policies.

As far as fees are concerned, revenue is generated by the organization in charge of operations. It might be an idea to look at this issue and to amend your bill to reflect your goal. It has been brought to our attention that administrative measures have been put in place and that the bill respects them.

You have taken a decision and your bill is designed to implement these policies. We agree with what you are trying to achieve. All we need to do now is to dot the I's and cross the t's.

Mr. Lapierre: You are saying that fees should be set by one entity and administered by another, but you have to take account of those paying to use the service in the equation. The decision on awarding an exemption is the bailiwick of the Department of Fisheries and Oceans.

Senator Nolin: The real issue here is whether we are dealing with a policy decision or not.

Mr. Lapierre: It is a decision as to how government is organized. This is normally the prerogative of the Prime Minister, as indeed, it is in this case. I think that this warrants further study. I shall endeavour to meet with my colleague as soon as possible with a view to providing you with an answer — within the next few days — to your question of whether it would enhance the balance. It all comes down to whether we really want to put Dracula in charge of the blood bank.

[English]

The Chairman: Our researcher has provided some information that we did not have at our meeting yesterday, and that is the 1998 clarification issued by the Coast Guard of its marine service fees policy. That clarification explains that if a voyage takes place entirely North of 60, you do not pay the fees, and that if a voyage takes place south of 60, you do pay fees.

We were given to believe yesterday, probably by inadvertence, that no such clarification had been issued. It was issued.

Although that does not address your political issue, Senator Nolin, it was part of the discussion.

Senator Nolin: It is a political decision. The purview of the bill is to give to Minister Lapierre and his colleagues the authority to look after the policy matters and to leave the operation to other agencies. I think it is perfectly logical.

The Chairman: I am not disputing that, but the other element that was discussed yesterday was whether the fees should be levied North of 60. I simply chose this time to make senators aware of this information that we have.

entité, je suis d'accord. Cela aura l'effet d'un contre-poids. Ce ne sera pas la même personne qui établira les politiques et qui les appliquera.

Pour ce qui est de la tarification, les revenus proviennent de l'organisation chargée de l'exploitation. Cela peut sembler intéressant pour certains de tendre l'oreille à cette proposition et de vous offrir la possibilité d'amender votre projet de loi afin qu'il reflète votre intention. On se fait dire que des mesures administratives ont été prises et que ce projet de loi les respecte.

Vous avez pris une décision et votre projet de loi vise à appliquer ces politiques. Nous sommes d'accord avec vous. Il s'agit de la rendre parfaite.

M. Lapierre : Vous voudriez qu'une entité établisse les tarifs et qu'une autre les gère, mais il faut tenir compte de l'utilisateur-payeur dans cette organisation. La décision de l'exemption vient du ministre des Pêches et des Océans.

Le sénateur Nolin : La vraie question est de savoir s'il s'agit d'une décision politique ou pas.

M. Lapierre : C'est une décision d'organisation gouvernementale qui relève normalement du premier ministre, comme c'est le cas ici. Cela mérite d'être examiné et je suis prêt à m'asseoir avec mon collègue le plus rapidement possible afin de revenir vous donner une réponse plus substantielle dans les prochains jours, à savoir si cela amènerait un meilleur équilibre. Au fond, veut-on vraiment mettre Dracula en charge de la banque de sang?

[Traduction]

La présidente : Notre recherchiste nous a remis certains renseignements dont nous ne disposions pas hier. Il s'agit d'une précision de 1998 émise par la Garde côtière au sujet de sa politique relative aux droits imposés pour les services à la navigation maritime. Cette précision indique qu'un voyage qui se déroule entièrement au nord du 60^e parallèle n'est pas soumis à ces droits mais que, s'il se déroule au sud du 60^e parallèle, il fait l'objet de droits.

Hier, on nous a amené à penser, sans doute par erreur, que ce genre de précision n'avait jamais été émise. Or, elle l'a bien été.

Bien que cela ne rejoigne pas la question que vous avez soulevée au sujet de la politique, sénateur Nolin, elle faisait tout de même partie de la discussion.

Le sénateur Nolin : C'est une décision de nature politique. Le projet de loi vise à donner au ministre Lapierre et à ses collègues le pouvoir d'examiner toutes les questions de politique et de laisser tout ce qui est opérationnel à des organismes. Je trouve cela tout à fait logique.

La présidente : Je ne remets pas cela en question mais, hier, nous nous sommes demandé s'il ne fallait pas également imposer des droits au nord du 60^e. Je voulais simplement profiter de cette occasion pour vous communiquer ces informations, honorables sénateurs.

Senator Adams: My question is supplementary to that of Senator Nolin. We heard witnesses yesterday from companies that are concerned about these fees that they have been charged North of 60 since 1996. We also heard from shareholders of a company based in Hay River. They go North of 60 from Hay River up to Cambridge Bay and Tuktoyaktuk and they are not charged a fee. However, for transport from Hudson Bay up to Baffin Island, fees are charged by the Coast Guard.

Senator Watt and I live in that area. We are concerned about this because when the government charges the companies a fee, the cost of goods coming into the community goes up.

I will let Senator Watt continue with the questioning.

Senator Watt: Minister, as you know, it is very expensive to live in the North. The cost of transportation is high, as is the cost of living in general. Nunavik in Northern Quebec is one of the biggest taxpayers in Canada.

Senator Adams met with the people from Nunavut Eastern Arctic Shipping yesterday. Unfortunately, I could not attend that meeting. That company is owned by groups in Nunavik and Nunavut, and Makivik is a shareholder. There is another shipping company that is owned by the northern stores and the federation of co-ops, which is also a joint venture between Nunavut and Nunavik.

What want the Government of Canada to implement its policy with regard to fees as soon as possible. The policy says that the fee will not apply to the provision of services North of 60, and I would like a more precise definition of that. I believe that Hudson Bay, James Bay and Ungava Bay, including northern Labrador, should be included in this policy.

The implementation of this policy would be very much appreciated by the people in the North because, as Senator Adams said, when the cost of anything with regard to transportation goes up, that cost is passed on to the consumer, and the consumers are being hit very hard. Also, since this policy was established in 1996, perhaps there is some entitlement to reimbursement.

Mr. Lapierre: I sympathize with this situation, and with the suggestion that there should be checks and balances in the establishment of fees. However, I have no authority in that. This is the responsibility of the Minister of Fisheries and Oceans. He has given the exemption and is the one who could clarify or add to it in the way you are suggesting.

Bill C-3 does not address that, because it only deals with policy. Although it is outside the scope of the Order-in-Council, we could have discussions with my colleague. Perhaps he could speak to this committee on that issue. I know that this is a

Le sénateur Adams : Ma question s'inscrit en complément de celle du sénateur Nolin. Hier, des témoins représentant des sociétés nous ont dit qu'ils voient un problème dans les droits qu'on leur impose depuis 1996 pour des voyages au nord du 60°. Des actionnaires d'une compagnie de Hay River sont également venus nous parler. S'ils se rendent au nord du 60°, de Hay River à Cambridge Bay et à Tuktoyaktuk, ils ne paient actuellement pas de droit. Toutefois, pour les navires allant de la baie d'Hudson à l'île de Baffin, il leur faut régler les droits de la Garde côtière.

Le sénateur Watt et moi-même vivons dans cette région. Cela nous préoccupe, parce que, quand le gouvernement prélève des droits auprès de sociétés, le coût des marchandises qui sont livrées aux collectivités augmente.

Je vais laisser le sénateur Watt poursuivre ses questions.

Le sénateur Watt : Monsieur le ministre, comme vous le savez, il est très coûteux de vivre dans le Nord. Ce sont les résidents du Nunavik, dans le Nord québécois, qui paient le plus de taxes au Canada.

Hier, le sénateur Adams a rencontré les représentants de la Nunavut Eastern Arctic Shipping. Malheureusement, je n'ai pu assister à cette réunion. Cette société appartient à des groupes du Nunavik et du Nunavut, et Makivik est un des actionnaires. Une autre société de transport maritime appartient aux magasins du nord ainsi qu'à la fédération des coopératives, il s'agit aussi d'une coentreprise entre le Nunavut et le Nunavik.

Le gouvernement du Canada veut mettre en œuvre sa politique en matière de droits le plus rapidement possible. Celle-ci stipule que les droits ne seront pas prélevés pour des services offerts au nord du 60°, mais j'aimerais que cette définition soit plus précise. Je pense que la baie d'Hudson, la baie James et la baie d'Ungava, notamment le nord du Labrador, devraient être visées par cette politique.

La mise en œuvre de cette politique sera très appréciée par les résidents du Nord parce que, comme le sénateur Adams le disait, dès que le coût du transport des marchandises augmente, ce sont les consommateurs qui en subissent les conséquences. De plus, comme cette politique a été mise en œuvre en 1996, il y aurait certainement lieu d'effectuer quelques remboursements.

M. Lapierre : Je comprends tout à fait cette situation et je suis d'accord avec l'idée d'adopter des freins et des contrepoids dans l'établissement des droits. Toutefois, je n'ai aucune autorité en la matière, puisque tout ce dossier relève du ministre des Pêches et des Océans. C'est lui qui a fixé cette exemption et c'est lui qui devrait donc préciser ce qu'il en est ou décider d'aller dans le sens que vous suggérez.

Le projet de loi C-3 ne traite pas de cet aspect, parce qu'il ne concerne que la politique. Bien que cela échappe à la portée du décret, je pourrais tout de même en parler avec mon collègue. Peut-être pourrait-il aussi rencontrer le comité à cet égard. Je sais

concern, and not only in the North. Dredging fees are also of concern. Everyone thinks that I am responsible for these fees, so I get an earful everywhere I go.

The Coast Guard falls under the responsibility of the Minister of Fisheries and Oceans. If I interfere with it, we will be back to the shared responsibility and accountability that we are trying to correct with this bill.

I do not want to interfere with the responsibilities of the Minister of Fisheries and Oceans. Perhaps he would be receptive to your suggestion and no legislative changes would be required. He has the authority to do that.

Senator Watt: We have a copy of a letter to him to which he has not replied. I could forward a copy of that letter to you.

An MLA in the Nunavut legislature introduced a resolution stating that these new user fees should be implemented immediately and that there should be reimbursement of fees paid in the past nine years. We could provide that to you.

Would it be better for you to discuss this with the minister or for us to make a direct presentation to him? We have no hesitation in doing that.

Mr. Lapierre: You can get two for the price of one. I undertake to raise the matter with him as this has a direct impact on transportation issues. I will do that and report back to you. I would like to have a copy of the letter to which you referred.

Senator Watt: Thank you.

Senator Eggleton: Minister, I would like to know how this change might bring about improvements in the operations of the Coast Guard. There has been concern for some time about the age of the vessels, the size of the force and its effectiveness. What are your plans to improve the service?

Mr. Lapierre: Senator, that is exactly the point of his bill. I have no responsibility for the Coast Guard; it is the responsibility of the Minister of Fisheries and Oceans. However, we have Coast Guard officials here today who could answer your specific questions. Sometimes it frustrates me that I do not have responsibility for the Coast Guard, but people with greater knowledge thought that it should be split off from Transport. I have nothing to do with their corporate plan, but I know that the Coast Guard has great needs.

Senator Eggleton: Perhaps the officials could respond to this later.

The Chairman: The officials will stay to help us understand the ramifications.

que cette question est préoccupante, et pas uniquement pour le Nord. Il en va de même des droits de dragage. Tout le monde pense que je suis responsable de ces droits et, croyez-moi, j'en entends parler partout où je vais.

La Garde côtière relève du ministre des Pêches et des Océans. Si je me mêlais de ce dossier, nous reviendrions à une situation de responsabilités partagées que nous voulions corriger par le biais de ce projet de loi.

Je ne veux pas me mêler des responsabilités du ministre des Pêches et des Océans. Peut-être sera-t-il ouvert à vos suggestions et qu'aucun changement législatif ne s'imposera. C'est lui qui est investi de l'autorité nécessaire pour cela.

Le sénateur Watt : Nous avons un exemplaire de la lettre que nous lui avons adressée et à laquelle il n'a pas répondu. J'aimerais vous en faire parvenir copie.

Un député provincial du Nunavut a déposé une résolution stipulant que ces nouveaux droits d'utilisation devraient être immédiatement mis en vigueur et que les droits qui ont été versés au cours des neuf dernières années devraient être remboursés. Nous pourrions aussi vous remettre cela.

Préférez-vous voir vous-même le ministre à ce sujet ou voulez-vous que nous intervenions directement auprès de lui? Nous n'y verrions pas de problème.

M. Lapierre : Vous pourriez faire d'une pierre deux coups. Je vais aborder cette question avec lui puisqu'elle a une répercussion directe sur les questions de transport. Je vais donc faire cela et je vous en rendrai compte par la suite. J'aimerais avoir copie de la lettre dont vous venez de parler.

Le sénateur Watt : Merci!

Le sénateur Eggleton : Monsieur le ministre, j'aimerais savoir en quoi ce genre de changement pourrait permettre d'améliorer le fonctionnement de la Garde côtière. On s'inquiète, depuis quelque temps déjà, de l'âge des bâtiments, de l'effectif de la Garde côtière et de son efficacité. Qu'envisagez-vous de faire pour améliorer le service?

M. Lapierre : Sénateur, c'est précisément ce à quoi est destiné ce projet de loi. Je ne suis pas chargé de la Garde côtière qui relève du ministre des Pêches et des Océans. Toutefois, nous avons ici aujourd'hui des représentants de la Garde côtière qui pourront répondre à vos questions à ce sujet. Je suis parfois frustré de ne pas être responsable de la Garde côtière, mais des gens plus astucieux que moi ont estimé qu'il était mieux de détacher la Garde côtière du ministère des Transports. Je n'ai rien à voir avec le plan d'activités de la GCC, mais je sais que celle-ci a de grands besoins.

Le sénateur Eggleton : Les fonctionnaires pourront peut-être nous répondre plus tard.

La présidente : Ils vont rester pour nous aider à comprendre les tenants et les aboutissants de cette affaire.

[Translation]

Senator Chaput: Given that this bill is designed to improve the situation, does it include any provisions for enhancing anti-pollution initiatives or issues of this type?

Mr. Lapierre: This area will henceforth come under the jurisdiction of the same department. Officials with knowledge of the marine sector also have a handle on environmental issues. These officials will assess the various problems and will play a leadership role with Environment Canada and provincial public safety staff. Teamwork is the name of the game but Transport Canada will retain overall responsibility.

[English]

Senator Eyton: The bill seems sensible and reasonable on its face. Has the bill been well discussed? Does anyone oppose it or parts of it?

Mr. Lapierre: I have been the Minister of Transport for one year and no one has spoken to me about it, but I do not think it is matter of general discussions. I have received no negative representations.

The Chairman: For the committee's information, the only people who asked to appear, or even submit representations on this bill, were the Nunavut Eastern Arctic Shipping representatives, who appeared before the committee yesterday.

Senator Eyton: My second question follows up on the comments of Senator Eggleton. I am a mechanic, so I like to see how things work. I see that you have taken over some important responsibilities, which is coherent and intelligent, and I applaud that. However, there is still a separation between Transport setting policy and someone actually doing the work. How do you coordinate and manage that?

Mr. Lapierre: I will ask Mr. McDonald to speak to that.

Mr. McDonald: Four areas of policy responsibility were transferred: Pleasure craft safety, environmental response measures, navigation services and the Navigable Waters Protection Act. For the most part, Transport Canada has full policy responsibility in those areas, which we interpret to mean the making of the regulations.

As we briefly referred to, one area in which there is potential for crossover is navigation services. However, our policy responsibilities are restricted to the making of regulations with respect to those navigation services. Those regulations define the areas that would be subject to traffic regulations and the setting of buoys and their size and structure.

The operational responsibility, actually operating the vessel traffic service system and the placement of the buoys, is the responsibility of the Canadian Coast Guard. They have years of

[Français]

Le sénateur Chaput : Puisque ce projet de loi vise l'amélioration, prévoit-on une amélioration en ce qui a trait, entre autres, aux interventions antipollution?

M. Lapierre : La responsabilité relèvera désormais du même ministère. Les gens qui connaissent le secteur maritime ont également une connaissance du domaine de l'environnement. Ceux-ci, par exemple, prendront connaissance des difficultés et joueront un rôle de leadership avec les fonctionnaires d'Environnement Canada et les responsables de la sécurité civile des provinces. Le travail se fait en équipe, mais Transports Canada conserve la responsabilité globale.

[Traduction]

Le sénateur Eyton : A priori, ce projet de loi semble raisonnable, mais a-t-il fait l'objet de véritables discussions? Est-ce que quelqu'un s'y est opposé, en partie ou en totalité?

M. Lapierre : Je suis ministre des Transports depuis un an et personne n'a soulevé de problème à cet égard, et je ne pense pas que ce sujet se prête à une discussion générale. Personne n'est venu me voir pour se prononcer contre.

La présidente : Je tiens à indiquer aux membres du comité, pour leur information, que les seules personnes qui ont demandé à comparaître ou à faire parvenir un mémoire au sujet de ce projet loi sont des représentants de la Nunavut Eastern Arctic Shipping que nous avons accueillis hier.

Le sénateur Eyton : Ma deuxième question fait suite aux commentaires du sénateur Eggleton. Comme j'ai une formation de mécanicien, j'aime savoir comment fonctionnent les choses. Vous venez de vous engager à des choses très importantes, ce qui est logique et intelligent, et je vous en félicite. Toutefois, il existe encore un fossé entre Transports Canada, qui établit la politique que les organismes doivent appliquer. Comment envisagez-vous de coordonner tout cela?

M. Lapierre : Je vais demander à M. McDonald de vous répondre.

M. McDonald : Quatre domaines de politique ont été transférés : la sécurité de la navigation de plaisance, les services à la navigation maritime, les mesures de prévention et d'intervention antipollution et la protection des eaux navigables. Dans la plupart des cas, Transports Canada conserve toutes ses responsabilités en matière d'établissement des politiques, ce qui revient à dire que le ministère peut continuer d'adopter des règlements.

Comme j'en ai brièvement parlé tout à l'heure, il est également possible de transférer les services à la navigation. Cependant, nos responsabilités dans le domaine des politiques se limitent à l'adoption de règlements pour les services à la navigation, règlements qui définissent les zones de services de trafic maritime ainsi que le mouillage, la taille et la structure des bouées.

Les responsabilités opérationnelles, soit les services de trafic maritime et le mouillage des bouées, incombent à la Garde côtière canadienne. C'est elle qui a l'expérience voulue dans ces

experience in that. As a policy-making department, we do not believe it is our responsibility to tell them how to do that work. They are quite capable of doing that on their own. We work closely with the Canadian Coast Guard on a number of issues, and we do not foresee that to be a problem in the future.

Senator Eyton: Is the Coast Guard accepting of the structure embedded in this bill?

Mr. McDonald: Most certainly, yes.

Senator Munson: Minister, although this may not be your jurisdiction, what is your personal view on user fees? The company from which we heard yesterday is very much against this. It costs them money every time they ship to the North. I would like to get your views on user fees.

Mr. Lapierre: In principle, I agree with user fees, although I have never met anyone else who agrees with me. Without user fees, the government would be giving grants to everyone for everything. I believe that there are services provided by the government for which we should charge. The fees do not always cover all the costs, but they are at least a contribution. I believe that user fees are useful and good public policy in many instances.

Senator Munson: This company believes that the North is being penalized by these fees.

Mr. Lapierre: I do not have an opinion on that case because I do not know the circumstances. However, in principle I believe that charging user fees for many services provided by government is a sound policy.

[Translation]

The Chairman: We shall now move onto discussion of Bill S-31.

If I am not mistaken, Mr. Minister, you have a presentation on this bill?

Mr. Lapierre: It is short and sweet.

[English]

Bill S-31 authorizes the construction and maintenance of two bridges, one over the St. Lawrence River and one over the Beauharnois Canal. The current legislation under the Navigable Waters Protection Act does not allow me, as minister, to authorize this construction.

[Translation]

Bill S-31 will give the authority to complete Highway 30, which will provide the city of Montreal with a bypass. Montreal is one of only a handful of North American cities not to have a bypass.

questions. En tant que ministère qui établit des politiques, nous estimons qu'il ne nous appartient pas de dire à la Garde côtière comment elle doit faire son travail. Elle est compétente pour agir seule. Nous travaillons en étroite collaboration avec la GCC dans plusieurs dossiers et nous n'envisageons pas de problèmes dans l'avenir.

Le sénateur Eyton : La Garde côtière accepte-t-elle la structure que sous-tend ce projet de loi?

M. McDonald : Tout à fait.

Le sénateur Munson : Monsieur le ministre, même si cela ne relève pas de votre compétence, que pensez-vous, personnellement, des droits d'utilisation? La compagnie dont nous avons accueilli les représentants hier y est tout à fait opposée. Cela lui coûte cher chaque fois qu'elle envoie un bâtiment dans le Nord. J'aimerais entendre votre point de vue à ce sujet.

M. Lapierre : Je suis, personnellement, d'accord avec le principe des droits d'utilisation, mais je ne suis jamais tombé sur quelqu'un partageant mon avis. Sans les droits d'utilisation, le gouvernement se trouverait à verser des subventions à tout le monde et pour n'importe quoi. J'estime que ces services fournis par le gouvernement doivent être facturés. D'ailleurs, les droits imposés ne couvrent pas la totalité des coûts, mais ils permettent d'en couvrir une partie. J'estime que les droits d'utilisation sont utiles et que, dans bien des cas, ils sont de mise dans le domaine de la politique gouvernementale.

Le sénateur Munson : Cette compagnie estime que le Nord est pénalisé à cause de ces droits.

M. Lapierre : Je n'ai pas d'avis à ce sujet, parce que je ne connais pas exactement la situation. Toutefois, en principe, j'estime que le fait d'imposer des droits d'utilisation pour plusieurs services offerts par le gouvernement constitue une bonne politique.

[Français]

La présidente : Nous allons maintenant passer à la discussion du projet de loi S-31.

Monsieur le ministre, je pense que vous avez aussi une présentation sur ce projet de loi?

M. Lapierre : Ce n'est pas quelque chose de très compliqué.

[Traduction]

Le projet de loi S-31 autorise la construction et l'entretien de deux ponts : un au-dessus du fleuve Saint-Laurent et l'autre au-dessus du canal Beauharnois. La législation actuelle dans le cadre de la Loi sur la protection des eaux navigables ne me permet pas, en tant que ministre, d'autoriser de telles constructions.

[Français]

C'est un projet de loi qui nous permettrait de compléter l'autoroute 30, qui est une voie de contournement de la ville de Montréal. Montréal est une des seules villes en Amérique du Nord qui n'a pas de voie de contournement.

Rumour has it that the Highway was given the number thirty because various governments over the past 30 years have promised to complete it. It is now a priority for the Government of Quebec and also for the Government of Canada. We have an infrastructure agreement in place. Indeed, we recently signed a comprehensive agreement with the Quebec finance minister for a total project cost of \$1.2 billion. Consequently, we require the necessary legal authority to build these two bridges.

[English]

Highway 30 will go from Vaudreuil-Dorion to Candiac. This autoroute will provide the Montreal region with a four-lane highway via the south shore by 2009 and will help ensure the smooth flow of persons and goods in the Greater Montreal area.

Existing bridges over the St. Lawrence River, including the Pierre-Laporte Bridge and the Quebec Bridge in Quebec City, the Laviolette Bridge in Trois-Rivières and the Îles-de-Boucherville Bridge in Montreal, also required special acts to authorize their construction. Bill S-31 is based on those acts.

The Highway 30 extension project is divided into two sections. The first is the 35-kilometre western section between Châteauguay and Vaudreuil-Dorion. The necessary bridges over the St. Lawrence River and the Beauharnois Canal are part of the western section.

The second section, the eastern section, is south of Saint-Constant, Delson and Candiac and spans about nine kilometres. Quebec will be fully responsible for the eastern section, and the province will own the infrastructure of both the western and eastern sections, including the two bridges, once construction is complete.

The Governments of Quebec and Canada are in negotiations for the financing of the project. Given that the private sector is asked to participate in a public-private partnership, it would not be prudent for the government to publicly discuss the level of investment of the public sector in the project. Once we know the level of investment from the private sector — and we will know that in the next few months — the governments will negotiate the final public investment. The cost for the western section of the highway is estimated at \$1 billion, while the cost of the eastern section is estimated at \$200 million, for a total capital project of \$1.2 billion.

The adoption of Bill S-31 is also necessary because the private partners must know that Quebec has obtained all the required federal authorizations prior to proceeding with construction. The bill also contains provisions requiring Quebec to submit bridge plans, specifications and sites, as well as any substantial changes to these for approval by the Governor-in-Council. It will also allow the Governor-in-Council to pass any other regulations regarding the bridges with respect to navigational issues.

Je me suis fait dire qu'on l'a appelée l'autoroute 30 parce que cela fait 30 ans qu'on la promet. Il s'agit maintenant d'une priorité, autant pour le gouvernement du Québec que pour le gouvernement du Canada. Nous avons une entente sur les infrastructures. D'ailleurs, nous avons signé, il n'y a pas très longtemps avec le ministre des Finances du Québec, une entente globale de 1,2 milliards pour un ensemble d'infrastructures. Il faut donc avoir une autorité légale pour construire ces deux ponts.

[Traduction]

L'autoroute 30 de Vaudreuil-Dorion à Candiac permettra de doter la région de Montréal, d'ici 2009, d'une autoroute de contournement à quatre voies qui passera par la rive sud et qui contribuera à assurer la fluidité de la circulation des personnes et des biens dans la grande région de Montréal.

Les ponts existants qui engendrent le fleuve Saint-Laurent, comme le pont Pierre-Laporte et le pont de Québec, à Québec, le pont Laviolette, à Trois-Rivières, et le pont des Îles-de-Boucherville, près de Montréal, avaient aussi été assujettis à des lois spéciales du Parlement pour autoriser leur construction. Le projet de loi S-31 s'inspire de ces lois.

Le projet de prolongement de l'autoroute 30 se fera sur deux tronçons. Le tronçon ouest, entre les villes de Châteauguay et de Vaudreuil-Dorion, s'étendra sur 35 kilomètres. Les ponts qui doivent être construits sur le Saint-Laurent et le canal Beauharnois se trouvent sur ce tronçon.

Le tronçon est, au sud de Saint-Constant, Delson et Candiac, s'étend sur environ neuf kilomètres. Le Québec a l'entière responsabilité du tronçon est. Une fois la construction terminée, la province sera propriétaire des infrastructures des tronçons est et ouest, incluant les deux ponts.

Des négociations sont en cours entre les gouvernements du Québec et du Canada au sujet du financement du projet. Comme nous demandons au secteur privé de participer à une entente de partenariat public-privé, il ne serait pas prudent pour les gouvernements de discuter publiquement du niveau d'investissement du secteur public dans le projet. Quand nous connaîtrons le niveau d'investissement du secteur privé, les deux gouvernements négocieront le montant final des investissements publics. Les coûts pour l'ensemble du projet sont évalués à 1,2 milliard de dollars, soit environ 1 milliard pour le tronçon ouest et 200 millions de dollars pour le tronçon est.

L'adoption du projet de loi S-31 est aussi nécessaire puisque le partenaire du secteur privé doit s'assurer que le Québec a reçu les autorisations fédérales nécessaires avant de procéder à la construction. Ce projet de loi stipule aussi que le Québec devra soumettre à l'approbation du gouverneur en conseil l'emplacement, les plans et les cahiers des charges du projet de construction du pont, de même que toutes modifications substantielles à ceux-ci. La loi spéciale permettrait aussi au gouverneur en conseil d'adopter des règlements nécessaires touchant les ponts pour régler les questions liées à la navigation.

This important legislation is a step toward reducing congestion on the Greater Montreal road network. Completing the extension of Highway 30 will provide the Quebec highway network with a link that will allow thousands of cars and trucks to bypass the Island of Montreal. This will help relieve the volume of traffic on the saturated bridges on the south shore — the Champlain Bridge, the Victoria Bridge and the Jacques Cartier Bridge — and promote competitiveness in our trucking industry.

[Translation]

We have been talking about Highway 30 for years now. We are now at the most critical phase. The Government of Quebec has successfully obtained right-of-way for the entire length of the highway. We are now sounding out the private sector with a view to establishing a public-private partnership. I am really keen to see the results of the private-sector studies. We are of course envisaging a toll for using the new road. We will have to await the outcome of the private-sector traffic studies to determine the income the highway is expected to generate.

Successful pilot projects of this nature have been conducted in New Brunswick and British Columbia. We intend to draw on the experiences of other provinces. Quebec is only just starting to look at this possibility and we want to help them. If I am not mistaken, there is currently approximately \$250 million in the Federal-Provincial Infrastructure Agreement. This project will require far more than that. This promises to be an interesting process. It will also be interesting to see the level of private sector take-up.

I have it on good authority that there are currently two major traffic-related issues under discussion in Quebec. The first of these pertains to Highway 25, which could potentially experience very significant traffic volume. The second relates to traffic volume on Highway 30. The Quebec government has issued a call for proposals from the private sector.

[English]

The Chairman: Senators, you should have two maps before you. The small map indicates where the new bridges would be. The large map shows the main traffic arteries onto and off of the island of Montreal and includes statistics of their average daily traffic loads.

[Translation]

Senator Nolin: You will recall John F. Kennedy's address in the early 1960s, in which he stated his goal of sending a man to the moon before the decade was out. Do you believe, Mr. Minister, that bridges linking Highway 30 will have been built by the end of this decade? Do you seriously believe that?

Mr. Lapierre: Not only am I sure, but we have built up a lot of credibility on this issue. I have to tell you that I dealt with this particular matter many times during my years as a radio host. It was a great subject for open-line programs. I am working in close

Ce projet de loi est un pas important dans la réduction de la congestion du réseau routier de la région du grand Montréal. Le parachèvement de l'autoroute 30 ajoute un maillon au réseau routier du Québec, maillon qui permettra à des milliers de camions et d'automobiles de contourner l'île de Montréal. Cela permettra de réduire la circulation sur les ponts déjà saturés qui mènent à la rive sud — le pont Champlain, le pont Victoria et le pont Jacques Cartier — et de favoriser la compétitivité de notre industrie du camionnage.

[Français]

On parle depuis plusieurs années de l'autoroute 30. Nous en sommes maintenant à la phase la plus cruciale. Le gouvernement du Québec a réussi à libérer l'emprise de l'autoroute d'un bout à l'autre. Nous demandons maintenant l'intérêt du secteur privé pour faire un PPP. J'ai hâte de voir les études que le secteur privé fera parce qu'on parle, bien sûr, de droits payables. Il faudrait voir les études du secteur privé sur la circulation pour connaître à quel niveau les revenus autonomes de cette autoroute seront là.

Il y a des expériences positives qui ont été faites au Nouveau-Brunswick et en Colombie-Britannique. On se servira de l'expérience des autres provinces dans ce domaine. Nous en sommes à nos premiers balbutiements au Québec sur cette question, mais nous voulons collaborer. Je pense que, jusqu'à présent, nous avons environ 250 millions de dollars dans l'entente fédérale-provinciale sur les infrastructures mais, bien sûr, le projet est beaucoup plus dispendieux. Cela sera une expérience intéressante. Il sera également intéressant de voir l'intérêt du secteur privé dans cette affaire.

Des gens disent qu'il y a deux projets qui fonctionnent actuellement au Québec. Certains discutent du pont de l'autoroute 25, où il y a un volume très élevé de circulation potentielle. D'autres discutent du volume sur l'autoroute 30. Le gouvernement du Québec est en train de demander des propositions du secteur privé.

[Traduction]

La présidente : Sénateurs, vous devriez avoir deux cartes devant vous. La petite indique l'emplacement des nouveaux ponts et la grande montre les principales artères aux approches de l'île de Montréal; elle comporte aussi des statistiques sur le volume de circulation quotidien.

[Français]

Le sénateur Nolin : Vous vous souvenez de John F. Kennedy qui avait dit, au début des années 1960, que d'ici la fin de la décennie, nous marcherons sur la Lune. Monsieur le ministre, d'ici la fin de la décennie, allons-nous traverser les ponts vers l'autoroute 30? Vous y croyez sérieusement?

M. Lapierre : Non seulement j'y crois, mais on a beaucoup de crédibilité à ce sujet. Je dois vous dire que j'ai beaucoup parlé sur le sujet pendant les années où j'ai fait de la radio. Ce sujet était extraordinaire pour les tribunes téléphoniques. Je suis ce projet

co-operation with the Quebec Ministers of Transport and Finance as well as the the premier himself.

No-one believes the pledges made by politicians on Highway 30 anymore. We want to show people that they are wrong and that we intend to stand by our promise. The 2009-completion date is very tight. Things are already underway. Hydro-Québec recently removed its towers. The necessary expropriation process has been completed. Now in order to get the private sector on board, we have to ensure that we are ready to go. The biggest test for us will be private participation.

Senator Nolin: Indeed, let us look at that issue for a moment. You were reported in *La Presse*, last March, as saying that time was of the essence and, as such, you were more concerned with the project itself than the with private sector participation. Is this still your position? Are you and your provincial colleagues still convinced that this is the way to go?

Mr. Lapierre: Both we and the Government of Quebec would prefer a public-private Partnership model. This is why passing this Bill is so important. We believe that the public-private Partnership is the best way of delivering the goods quickly.

If the worst came to the worst and there was no interest from the private sector — but I have been told there is even if I have not checked personally — both the provincial and federal governments are committed to seeing the project through.

I am sure you are aware of the congestion on the bridges in and out of Montreal. What is happening is that Montreal is becoming inaccessible. There used to be rush hours, but nowadays they begin so early in the morning that the whole day ends up being one long rush hour. Something has to be done.

Consequently, no matter whatever happens, we are committed to reaching our goal. Transport Quebec, which is driving this initiative, is working to achieve a public-private partnership. We are keen to see this rolled out in August but we cannot afford any more delays.

However, we should not overlook the capacity of our own bridges. The Champlain bridge, for one, is a federal jurisdiction. These bridges are rapidly wearing out and as a result, our infrastructure is now in jeopardy. There is no other option than for the project to go ahead. The preferred formula for the time being is the public-private partnership, but if that fails to provide the desired outcome, we will still have a responsibility to make sure the initiative goes ahead.

Senator Nolin: There is also a safety issue. Since Highway 30 has not been completed, most traffic currently uses Highway 132. As a result, hazardous substances are being transported in close proximity to residential areas.

You are preaching to the converted here, but we need you to set our minds at rest. We intend to give our approval. That is not the problem. However, since we have you here, we would like

étroitement avec le ministre des Transports du Québec, le ministre des Finances du Québec et le premier ministre du Québec lui-même.

Tous les politiciens ont presque perdu leur réputation par rapport à ce projet de l'autoroute 30. Plus personne ne nous croit. Nous voulons faire la démonstration que les gens se trompent et que nous disons la vérité. L'échéance de 2009 est très serrée. On a vu, il y a quelque temps, que Hydro-Québec a enlevé ses pylônes. Les expropriations sont faites et, pour que le secteur privé s'y intéresse, il faut que le champ soit libre. Le plus grand test, pour nous, sera l'intérêt du privé.

Le sénateur Nolin : Parlons-en de cela. Selon un article de *La Presse*, en mars dernier, vous disiez que c'était le projet qui vous intéressait beaucoup plus que l'intérêt du privé parce que le temps presse. Est-ce toujours le cas? Êtes-vous convaincu, de même que vos collègues provinciaux, de cela?

M. Lapierre : La préférence et le modèle souhaité par le gouvernement du Québec et par nous, c'est le modèle PPP. C'est pour cela que l'ouverture de ces enveloppes sera très importante. Nous pensons que le PPP est le meilleur modèle pour livrer rapidement.

Si dans le pire des scénarios l'intérêt n'était pas là — et on me dit qu'il est là même si je ne l'ai pas vérifié personnellement — l'obligation de résultats pour tous les scénarios est tout de même présente autant pour le gouvernement provincial que pour le gouvernement fédéral.

Vous êtes au fait de la congestion actuelle sur les ponts sortants de Montréal. Au fond, nous sommes en train d'enclaver Montréal. Avant, il y avait des heures de pointe, mais maintenant les heures de pointe commencent tellement tôt le matin qu'elles durent, finalement, toute la journée. Cela ne peut plus continuer.

Il y a donc dans tous les scénarios une obligation de résultat. Transport Québec, qui est le maître d'œuvre, est convaincu d'en arriver à une solution PPP. Nous avons hâte de voir cela au mois d'août, mais on ne pourra plus se permettre d'autres délais.

D'autre part, nous ne devons pas oublier la capacité de nos propres ponts. Le pont Champlain et les autres ponts relèvent du gouvernement fédéral. Ils s'usent très rapidement et nos infrastructures sont donc menacées à l'heure actuelle. On ne peut donc même pas se poser la question à savoir si on le fera ou non. La formule privilégiée pour l'instant est le PPP, mais si jamais cela ne donnait pas le résultat escompté, nous aurons tout de même la responsabilité d'en arriver à un résultat.

Le sénateur Nolin : Il y a également un élément de sécurité. La route 132 est en ce moment l'axe privilégié, parce que l'autoroute 30 n'est pas complétée, et il y a beaucoup de matériaux dangereux qui y circulent près de résidences.

Vous prêchez à plusieurs convertis, mais nous voulons être rassurés. Nous allons donner notre consentement — ce n'est pas le problème —, mais puisque vous êtes là nous désirons davantage

some clarification. As far as the public-private partnership process is concerned, are you confident that the Fall deadline can be met? It is important that the process be complete by then.

Mr. Lapierre: Yes, that is right.

Senator Nolin: According to the progress report published on May 31, everything appears to be moving along well.

Mr. Lapierre: The corridor-acquisition process is spread over the 2003 to 2006 period, while the partnership studies are slated to be completed in 2005, i.e. this year.

I have been told that these will be ready in the early Fall. We have a joint committee with the Government of Quebec working on this issue. There is no room for an ad hoc approach here. We are all singing from the same song sheet and there is political will on both sides. Take the example of Transports Québec. Mr. Charest has asked the deputy minister to take special responsibility for the initiative. We are well aware that people are cynical about this project and we cannot afford to let them down.

Senator Nolin: I made a statement to my colleagues yesterday, in which I talked about how Mr. Duplessis used to be able to make political hay out of the construction of a bridge for three or four elections.

Mr. Lapierre: Some signs have been there so long and are so faded that you cannot read them anymore.

Senator Nolin: One issue that cannot be avoided is that of environmental assessments. What will be the process here?

Ms. Evelyn Marcoux, Director General, Surface Programs and Divestiture, Transport Canada: The federal environmental assessment process will take over from the provincial one. The province is undertaking impact assessments in the east and has already completed studies in the west. The federal government has begun its process and we intend to work in parallel and co-operation with the provincial effort. We are of the opinion that any delays that do occur will not be a result of environmental assessments.

[English]

Senator Munson: Why is it necessary to have federal government approval to build a bridge in a provincial jurisdiction?

Mr. Lapierre: The waters are under federal jurisdiction.

Senator Munson: Are they close to completing the environmental assessment? Have they started?

Ms. Marcoux: We are proceeding with that. The federal government started its environmental assessment process a few months ago, and it is working well. We are working closely with Quebec, and we do not anticipate any problems.

Senator Munson: We know how long these environmental processes take.

de précisions. Concernant le processus avec les PPP, êtes-vous confiant quant aux délais à respecter d'ici l'automne? Il s'agit d'une échéance importante à l'automne et le processus doit être terminé à ce moment.

M. Lapierre : C'est cela.

Le sénateur Nolin : Selon le rapport d'étape publié le 31 mai dernier, tout semble démontrer que cela progresse bien.

M. Lapierre : L'acquisition du corridor s'étalait entre 2003 et 2006 et les études de partenariat étaient pour l'année 2005, donc cette année.

Ils nous disent qu'ils seront prêts au début de l'automne. Je peux vous dire qu'on a un comité conjoint avec le gouvernement du Québec qui y travaille parce qu'on ne peut plus laisser place à l'improvisation. Tout le monde va dans la même direction et il y a également la volonté politique des deux côtés. Par exemple, à Transports Québec, M. Charest a mandaté le sous-ministre en titre des Transports afin qu'il soit responsable du projet. On connaît le cynisme qu'il y a autour de ce projet et on ne peut pas se permettre de décevoir.

Le sénateur Nolin : Dans un discours, hier, je parlais à mes collègues de M. Duplessis qui était capable de faire trois ou quatre élections avec la construction d'un pont.

M. Lapierre : Il y a des pancartes qui sont là depuis tellement longtemps qu'elles sont devenues trop pâles pour pouvoir les lire.

Le sénateur Nolin : Il y a une chose qu'on ne peut éviter, ce sont les questions d'études environnementales. Comment envisagez-vous cela?

Mme Evelyn Marcoux, directrice générale, Programmes de surface et cession, Transports Canada : Le processus des études environnementales du gouvernement fédéral remplace celui du gouvernement provincial. Le gouvernement provincial a fait ses études dans l'est et a terminé les études dans l'ouest. Le gouvernement fédéral a commencé ses études et nous allons les poursuivre en parallèle, de façon conjointe avec eux. Nous croyons que si un délai est encouru durant le projet, ce ne sera pas causé par les études environnementales.

[Traduction]

Le sénateur Munson : Pourquoi faut-il que le gouvernement approuve la construction d'un pont qui se trouve sur un territoire provincial?

M. Lapierre : Toutes les eaux sont de compétence fédérale.

Le sénateur Munson : Est-on sur le point de terminer l'évaluation environnementale? L'a-t-on entamée?

Mme Marcoux : Nous sommes en train de la faire. Le gouvernement fédéral a lancé le processus d'évaluation environnementale il y a quelques mois et les choses vont bon train. Nous collaborons avec Québec et nous n'anticipons pas de problème.

Le sénateur Munson : Nous savons que ces évaluations environnementales peuvent prendre du temps.

Ms. Marcoux: We are not dealing with a territory that would be problematic such that it would take two or three years. We think we can do this in the appropriate time.

Mr. Régent Dickey, Manager, East, Highways and Borders, Surface Programs and Divestiture, Transport Canada: Quebec has already done its homework on this. We use that information and do our own due diligence. It does take a long time sometimes, but the work on the environment is almost done. It should be finished in a matter of months.

Senator Munson: Has Transport Canada estimated the potential economic benefits or time savings as a result of the building of these two bridges?

Mr. Dickey: That is part of the study that the private sector will do. There is a benefit anticipated.

Mr. Lapierre: We have to look at the trade benefit as well, which is our concern. All the trucks that go to the U.S. and to the Maritimes currently have to go through Montreal. That makes no sense. They cause traffic jams there all the time.

Also, there are many companies that have plants on the Island of Montreal that cannot respect their deadlines with on-time delivery. Some of these companies are in jeopardy due to this. When their trucks are stuck in traffic, they cannot make their deliveries on time. It has a huge economic impact in that sense.

Senator Mahovlich: I am from Toronto, where we have a private highway. We thought the trucks would all use that highway. However, because of the fee charged to use it, they do not. When I go to the airport, I have to pass these huge trucks. One truck takes the space of four or five cars.

If you charge truckers to use this private highway to bypass Montreal, they will not use it. They will go through the center of the city.

Mr. Lapierre: It will be up to the private operator to attract truckers. I am sure they will learn from the experience of Toronto and other places. They will want volume, so they will have to make it attractive to the truckers to use the highway. That is the type of traffic that would make a difference.

Senator Mahovlich: You ought to do a study of that highway in Toronto. It is not working.

The Chairman: The road in Toronto runs parallel to Highway 401. This one is on a completely different route.

Senator Eyton: Senator Nolin referred to John F. Kennedy who had a favourite rule that he applied to great undertakings. He said that invariably things take twice as long as imagined, cost twice as much as provided for and, when finished, have half the

Mme Marcoux: Il ne s'agit pas d'un territoire où des problèmes pourraient se poser à terme de deux ou trois ans. Nous pensons terminer cette évaluation dans des délais appropriés.

M. Régent Dickey, gestionnaire de l'est des routes et des frontières, Programmes de surface et cession, Transports Canada : Québec a déjà fait ses devoirs à ce sujet. Nous nous servons de l'information que la province nous fournit et nous avançons aussi vite que faire se peut. Il faut parfois longtemps, mais le travail sur l'environnement est presque terminé. Nous ne sommes plus qu'à quelques mois de la fin.

Le sénateur Munson : Transports Canada a-t-il évalué les retombées économiques potentielles ou les économies de temps que la construction de ces deux ponts pourrait occasionner?

M. Dickey : Cela fait partie de l'étude que le secteur privé va réaliser. On s'attend à ce qu'il y ait des avantages.

M. Lapierre : Nous avons également envisagé la question des retombées sur le plan des échanges commerciaux, qui nous préoccupe. Tous les camions à destination des États-Unis et des Maritimes doivent actuellement traverser Montréal, ce qui est illogique, parce qu'ils provoquent en permanence des embouteillages.

De plus, de nombreuses entreprises qui ont des installations sur l'île de Montréal ne peuvent respecter les délais de livraison du juste à temps. Certaines d'entre elles sont même menacées à cause de cela. Quand leurs camions se retrouvent dans des embouteillages, elles ne peuvent assurer les livraisons dans les délais imposés, ce qui n'est pas sans répercussions économiques importantes.

Le sénateur Mahovlich : Je suis de Toronto où nous avons une autoroute privée. Nous pensions que les camions emprunteraient cette autoroute. Toutefois, à cause des droits d'utilisation qu'on leur impose, ils n'y passent pas. Quand je vais à l'aéroport, je dois dépasser ces énormes camions qui prennent la place de quatre ou cinq voitures.

Si vous imposez des droits d'utilisation aux camionneurs pour cette autoroute privée qui doit contourner Montréal, ils ne l'emprunteront pas. Ils préféreront passer par le centre.

M. Lapierre : Il appartiendra aux entrepreneurs privés d'attirer les camionneurs. Je suis certain qu'ils tireront les enseignements de l'expérience de Toronto et d'autres endroits. Ils voudront du volume et ils devront donc faire en sorte que ce trajet soit plus intéressant pour les camionneurs. C'est ce genre de trafic qui devrait faire la différence.

Le sénateur Mahovlich : Vous devriez étudier ce qui s'est passé dans le cas de l'autoroute de Toronto. Ça ne fonctionne pas.

La présidente : Cette route à Toronto est parallèle à la 401. Dans ce cas, il s'agit d'un trajet totalement différent.

Le sénateur Eyton : Le sénateur Nolin a parlé d'une des règles favorites de John F. Kennedy qu'il appliquait pour toutes les grandes entreprises. Il disait qu'invariablement les choses prennent deux fois plus de temps que ce qu'on l'imagine,

utility. If a project passed what he called the rule of two and a half, it could proceed. Do you think this project would pass John F. Kennedy's rule of two and a half?

Mr. Lapierre: I am sure it will. This is a must. The mayors in the Montreal region usually fight amongst themselves on everything. On this they are in total agreement, which I have very seldom seen. Everyone sees the benefit of it.

Senator Eyton: You did not want to get into all the financial details, but I heard the figures of \$1 billion and \$200 million, for a total of \$1.2 billion. The material that I looked at showed a federal fund of \$150 million, but you mentioned that the federal government had set aside \$250 million. Is that correct?

Ms. Marcoux: Yes, \$250 million has been put aside.

Senator Eyton: What has been set aside by the Quebec government?

Ms. Marcoux: The same amount.

Senator Eyton: Therefore, there is a shortfall.

It is obviously a great project and it makes a tremendous amount of sense, but I am curious about the criteria used for it. Like Senator Mahovlich, I am from Toronto. Toronto could use a new road system as well. What criteria did you apply to proceed with this project? Toronto, Vancouver, Victoria and Halifax all have some of the same issues as Montreal.

Mr. Lapierre: The provinces set their own priorities for the infrastructure program. The Province of Quebec decided that Highway 175, which goes to the Saguenay, and Highway 30 are two of their priorities. We work with the provinces in establishing their priorities. We have the same type of agreement with every province. New Brunswick has done their entire national highway system in this way.

Senator Eyton: This is very expensive road and bridge building, because it is in a heavy populated and important urban center. This is very different than building a highway through lightly populated rural areas. I know something about the cost, particularly in Toronto.

Have Ontario or British Columbia not asked for similar arrangements for their greater urban areas?

Mr. Lapierre: We have many projects underway with B.C., as we had with New Brunswick.

Senator Eyton: I am talking about concentrated, very large and very expensive urban projects.

qu'elles coûtent deux fois plus et qu'à la fin, elles sont deux fois moins utiles. Dès qu'un projet obtenait deux et demi sur trois, c'est qu'il valait le coût de l'entreprendre. Pensez-vous que ce projet pourrait obtenir la cote de deux et demi de John F. Kennedy?

M. Lapierre : J'en suis sûr et ce ne pourrait être autrement. En général, les maires de Montréal se chamaillent sur tout. Or, cette fois-ci, ils sont d'accord ce que j'ai rarement vu. Tout le monde y voit un avantage.

Le sénateur Eyton : Vous ne vouliez pas entrer dans tous les détails financiers, mais je vous ai entendu parler d'un milliard de dollars plus 200 millions, pour un total de 1,2 milliard de dollars. Dans les documents que j'ai consultés, il est dit que le fédéral va investir 150 millions de dollars, mais vous venez de nous indiquer que vous aviez réservé 250 millions de dollars. Est-ce exact?

Mme Marcoux : Effectivement, nous avons réservé 250 millions de dollars.

Le sénateur Eyton : Et combien le gouvernement du Québec a-t-il mis de côté pour ça?

Mme Marcoux : La même somme.

Le sénateur Eyton : Il en manque donc.

Il s'agit-là, de toute évidence, d'un projet ambitieux qui est parfaitement logique, mais j'aimerais savoir quels critères sont appliqués dans ce cas. À l'instar du sénateur Mahovlich, je viens de Toronto qui aurait aussi bien besoin d'un nouvel axe routier. Quels critères avez-vous appliqué pour retenir ce projet? Est-ce que Toronto, Vancouver, Victoria et Halifax présentent à peu près les mêmes problèmes que Montréal?

M. Lapierre : Ce sont les provinces qui fixent leurs priorités au titre du programme et des infrastructures. Le Québec a décidé que la 175, qui monte vers le Saguenay, et l'autoroute 30 sont deux priorités. Nous collaborons avec les provinces pour établir ces priorités. Nous avons conclu le même genre d'accord avec toutes les provinces. Le Nouveau-Brunswick a entièrement refait son réseau d'autoroute nationale grâce à ce programme.

Le sénateur Eyton : Il s'agit de construire une route et un pont qui vont coûter cher, parce qu'ils se trouvent dans une région très peuplée, dans un centre urbain important. Ce n'est pas du tout la même chose que de construire une route dans une région rurale peu peuplée. Je sais ce qu'il peut en coûter, surtout à Toronto.

Est-ce que l'Ontario ou la Colombie-Britannique ont demandé à bénéficier d'ententes semblables pour leurs grands centres urbains?

M. Lapierre : Nous avons plusieurs projets en cours dans le cas de la Colombie-Britannique, tout comme dans celui du Nouveau-Brunswick.

Le sénateur Eyton : Je parle de projets urbains très concentrés, très importants et très coûteux.

Ms. Marcoux: As you know, the provinces are responsible for their highway systems. They determine the projects to which they want the federal government to make a funding contribution. We have many projects going on in Ontario, both in transit and highways.

Quebec has chosen this list as their priority. Highway 30, as was mentioned earlier, has been on the radar screen for a few years. They have made this a priority for financing.

Senator Eyton: I understand that. Am I correct that Ontario and Toronto have not come to you with an application for similar types of road work?

Ms. Marcoux: They have not.

Senator Eyton: Senator Mahovlich referred to the parallel highway, which is Highway 407. I am very familiar with that road and can say that there is heavy traffic on it. However, on Highway 407 they inverted John F. Kennedy's formula. It took half the time they imagined and, although it did take about twice as long to construct as anticipated, happily, the revenues are about twice as much as anticipated. It has been a very good project for the private sector, albeit the subject of quite a lot of criticism. If you use that project as a precedent, you will get lots of private interest.

Mr. Lapierre: You are right. I was recently in Israel where I witnessed Canadian expertise at work. Acon Construction has experience in Toronto and they have since improved some of their systems. I was very impressed with what they have done in Israel.

That company and others will be interested in the Quebec project. The Quebec government will look to a wide range of companies for their interest and expertise.

Senator Eyton: We do have expertise. SNC Lavalin also played a very large part in the construction of Highway 407.

Senator Hubley: Welcome, Minister. This new highway will be very busy. It will result in significant improvements in travel time for the city of Montreal.

I come from Prince Edward Island, from where the best potatoes, lobsters and mussels in the world come. These products must travel to market, and toll highways add cost to the transportation of them. Do you foresee a toll system on this highway?

Mr. Lapierre: Yes, I do, and I beg to differ with you on the lobster. I was born in the Magdeleine Islands, and I happen to think they have the best lobster.

Truckers from the Maritimes are frustrated with the time they waste on the Island of Montreal. It is very costly to them to waste hours coming through the Louis-Hippolyte-Lafontaine Tunnel and driving right across the island to deliver their wonderful

Mme Marcoux : Comme vous le savez, ce sont les provinces qui sont responsables de leurs réseaux routiers. Ce sont elles qui déterminent les projets auxquels elles voudraient que le gouvernement fédéral fasse une contribution financière. Nous avons lancé plusieurs projets en Ontario, tant pour ce qui est du transport en commun que des routes.

Le Québec a dressé sa liste de priorités. Comme cela a été dit plus tôt, l'autoroute 30 est dans les plans depuis plusieurs années. Le gouvernement du Québec a décidé de réclamer un financement en priorité pour ce projet.

Le sénateur Eyton : Je comprends. Dois-je aussi comprendre que l'Ontario et Toronto ne vous ont pas fait de demande pour réaliser des travaux routiers de ce genre?

Mme Marcoux : Effectivement.

Le sénateur Eyton : Le sénateur Mahovlich a parlé de l'autoroute parallèle, la 407. Je connais très bien cette route et je peux vous parler du volume élevé qu'elle accueille. Toutefois, dans le cas de la 407, on a appliqué à l'envers la formule de John F. Kennedy. Sa construction a nécessité une fois et demi plus de temps et s'il a fallu près de deux fois plus de temps pour la construire, il est heureux de constater que les recettes sont deux fois plus élevées que prévu. C'est un excellent projet pour le secteur privé, mais il fait l'objet de beaucoup de critiques. Si vous vous inspirez de ce projet, beaucoup d'entreprises du secteur privé vont s'y intéresser.

M. Lapierre : Vous avez raison. Récemment, en Israël, j'ai constaté de visu ce que donne la compétence canadienne. Acon Construction, qui a acquis son expérience à Toronto, a amélioré une partie de ses systèmes. C'est très impressionnant ce que cette compagnie a fait en Israël.

Celle-ci et d'autres seraient intéressées à participer au projet du Québec. Le gouvernement du Québec va se tourner vers tout un éventail d'entreprises pour profiter de leurs compétences.

Le sénateur Eyton : Nous avons les compétences voulues. SNC Lavalin a également joué un rôle important dans la construction de la 407.

Le sénateur Hubley : Bienvenue parmi nous, monsieur le ministre. Cette nouvelle route sera très fréquentée. Ce faisant, elle permettra d'améliorer considérablement le temps nécessaire à la traversée de Montréal.

Je viens de l'Île-du-Prince-Édouard, là où l'on trouve les meilleures pommes de terre, les meilleurs homards et les meilleures moules du monde. Le péage des autoroutes qu'il faut acquitter pour acheminer ces produits vers nos marchés augmente les coûts de transport. Envisagez-vous un système de péage pour cette autoroute?

M. Lapierre : Oui, et je ne suis pas d'accord avec vous pour ce qui est du homard. Je suis né dans les îles de la Madeleine et je suis convaincu que c'est nous qui avons le meilleur homard.

Les camionneurs des Maritimes sont frustrés par le temps nécessaire à la traversée de Montréal. Les heures qu'ils passent à traverser le pont tunnel Louis-Hippolyte-Lafontaine et à traverser l'île pour venir livrer leurs merveilleux homards à Ottawa leur

lobster to Ottawa. They pay a high price for traffic jams. It is up to the private-public partnership to make it advantageous for people to use the new highway. It will be a question of equilibrium and market forces.

An addition, all the transport infrastructure in Montreal has to be rebuilt. There is an enormous amount of work to be done. The newest infrastructure in Montreal was built in 1966-67 for Expo '67. It must all be redone. We are hoping to get this project done as soon as possible because following that we have to rebuild the infrastructure on the Island of Montreal.

Senator Eggleton: Having travelled many of the roads in and around the Montreal area, I appreciate the need for this.

Aside from the infrastructure fund and the possibility of private-public sector partnership, the reason for this legislation is to deal with the Navigable Waters Act. I notice that in cases that do not deal with the St. Lawrence River you do not need legislation in order to get approval. Why do you not get one bill to deal with all cases on the St. Lawrence River?

Mr. Lapierre: I would lose the pleasure of being here, for one thing.

Senator Eggleton: Aside from that.

Mr. Lapierre: Bill C-44, which amends the Canada Transportation Act, is currently before Parliament. That will take care of international crossings. We have an even worse problem there because a vacuum exists with governance of those crossings. You will soon be seized with that.

I will ask Ms. Marcoux to address your direct question.

Ms. Marcoux: We do not plan to build many more bridges over the St. Lawrence River. There is a legislative void in this area. We have needed such legislation only four or five times in the history of Canada. It is something that can be considered.

[Translation]

The Chairman: Thank you very much, Minister. Your testimony has been very useful and enlightening.

Mr. Lapierre: I will notify you, in writing, of the outcome of my discussions with my colleague, the Minister of Fisheries and Oceans.

The Chairman: We would really appreciate that.

[English]

Senators, the officials will stay with us to answer further questions on both Bill C-3 and Bill S-31.

[Translation]

First of all, could you introduce yourselves?

coûtent très cher. Les embouteillages leur coûtent très cher. Il appartiendra aux partenaires du secteur public de faire en sorte qu'il soit plus intéressant pour ces gens-là d'emprunter cette nouvelle autoroute. Ce sera une question d'équilibre et de forces du marché.

De plus, toute l'infrastructure des transports de Montréal doit être refaite. Il y a énormément de travail à faire de ce côté-là. Les toutes dernières infrastructures de Montréal remontent à 1966-1967, à l'époque de l'Expo 67. Tout doit être refait. Nous espérons lancer ce projet dans les plus brefs délais, parce qu'il va falloir rebâtir l'infrastructure de l'île de Montréal.

Le sénateur Eggleton : Comme j'ai sillonné un peu toutes les routes aux environs de Montréal, je comprends que cette route s'impose.

Outre la question des fonds pour l'infrastructure et la possibilité d'un partenariat public-privé, ce projet de loi est justifié par le fait que ce projet relève de la Loi sur les eaux navigables. Pour les situations qui ne concernent pas le Saint-Laurent, il n'est pas nécessaire d'adopter une loi pour faire approuver un tel projet. Pourquoi ne pas faire adopter un projet de loi pour tous les ponts qui enjambent le Saint-Laurent?

M. Lapierre : Tout d'abord, parce que je n'aurais plus le plaisir de venir vous voir.

Le sénateur Eggleton : Et en plus?

M. Lapierre : Le projet de loi C-44, qui modifie la Loi sur les transports au Canada est actuellement devant le Parlement. Il concerne les ponts internationaux. Le problème est même pire dans ce cas, parce qu'il n'existe aucune règle de gouvernance pour ce genre de ponts. Vous serez bientôt saisi de ce projet de loi.

Je vais demander à Mme Marcoux de répondre à votre question plus précisément.

Mme Marcoux : Nous n'envisageons pas de construire davantage de ponts au-dessus du Saint-Laurent. Il existe un vide législatif dans ce domaine. Nous n'aurions eu besoin d'une telle loi que pour quatre ou cinq projets de ce genre dans toute l'histoire du Canada. C'est toutefois quelque chose que l'on pourrait envisager.

[Français]

La présidente : Nous vous remercions infiniment, monsieur le ministre. Votre témoignage fut pour nous très utile et intéressant.

M. Lapierre : Je vous communiquerai par écrit le fruit des discussions que j'aurai avec mon collègue du ministère des Pêches et Océans.

La présidente : Nous l'apprécions sincèrement.

[Traduction]

Sénateurs, les fonctionnaires vont demeurer parmi nous pour répondre à vos autres questions sur les projets de loi C-3 et S-31.

[Français]

Je vous demanderais tout d'abord de vous présenter.

Mr. Dickey: Madam Chair, my name is Régent Dickey. I am responsible for the Autoroute 30 project at Transport Canada. With me today is Ms. Evelyn Marcoux.

Ms. Marcoux: I am Evelyn Marcoux. I am the Director General of Surface Programs at Transport Canada.

[English]

Mr. McDonald: I am Director General of Marine Safety at Transport Canada.

[Translation]

Mr. Mark A. M. Gauthier, Senior Counsel, Legal Services, Transports Canada: My name is Mark Gauthier. I am Senior Counsel for Legal Services at Transport Canada.

[English]

Senator Eggleton: I realize that there is a split jurisdiction, but the Coast Guard is part of this, so I would be interested to know about the operational improvements planned for the Coast Guard. How will this affect the operations and what plans are there for improvements in the operations, given all the tightening over the years, the age of the vessels and those kinds of problems?

Mr. Charles Gadula, Director General, Marine Programs Directorate, Maritime Services, Canadian Coast Guard: We are very pleased with the shift since the Order-in-Council and the announcement that we would become a separate operating agency reporting to a deputy minister who reports to the Minister of Fisheries and Oceans.

We see a fair amount of synergy between the hydrographic program, the science program, support to other government departments such as the Department of National Defence or the RCMP, and some of the maritime security initiatives. We are now concentrating our efforts on what we can do best, which is delivering service. We had some good news in the last budget with the announcement of a couple of science vessels for offshore and four ships to do maritime security jointly with the RCMP in the Great Lakes area. Many of the stakeholders are glad to see a focus on the Coast Guard doing operations.

We did split off a couple of pieces that were near and dear to us, such as the office of boating safety. That made some sense because it works very well to put all the pleasure craft in one area.

By and large, the impact on employees of the Coast Guard has been positive. In the regions, where most of the work is done, their interaction with stakeholders and clients is also a good news story. From our perspective, we are moving in the right direction and, as I said, the budget announcement was very good news for the Coast Guard.

M. Dickey : Madame la présidente, je me nomme Régent Dickey. Je suis responsable du projet de l'autoroute 30 à Transports Canada. Je suis accompagné de Mme Evelyn Marcoux.

Mme Marcoux : Je me nomme Evelyn Marcoux, je suis la directrice générale des Programmes de surface à Transport Canada.

[Traduction]

M. McDonald : Je suis directeur général de la Sécurité maritime à Transports Canada.

[Français]

M. Mark A. M. Gauthier, avocat-conseil, Services juridiques, Transports Canada : Je me nomme Mark Gauthier. Je suis avocat-conseil pour les Services juridiques de Transports Canada.

[Traduction]

Le sénateur Eggleton : Je constate que les compétences ont été réparties, mais la Garde côtière fait partie du tableau et j'aimerais savoir quelles améliorations opérationnelles elle envisage d'apporter. En quoi cela va-t-il modifier ses opérations et qu'envisage-t-elle de faire pour améliorer ses opérations étant donné les difficultés budgétaires qu'elle a eues au fil des ans, l'âge de sa flotte et d'autres problèmes?

M. Charles Gadula, directeur général, Direction générale des programmes maritimes, Services maritimes, Garde côtière canadienne : Nous sommes très heureux des changements qui ont été apportés par le décret et de l'annonce que nous allions devenir un organisme indépendant placé sous la responsabilité d'un sous-ministre relevant du ministre des Pêches et des Océans.

Nous percevons une synergie assez importante entre le programme hydrographique, le programme scientifique, l'appui apporté aux autres ministères fédéraux, comme la Défense nationale et la GRC, et les autres initiatives en matière de sécurité maritime. Nous concentrons nos efforts sur ce que nous faisons le mieux, c'est-à-dire la prestation de services. Nous avons reçu de bonnes nouvelles dans le dernier budget qui prévoit l'acquisition de deux bâtiments scientifiques pour les opérations au large et de quatre bâtiments qui seront conjointement chargés d'assurer la sécurité maritime avec la GRC dans la région des Grands Lacs. Nombre d'intervenants se réjouissent de voir l'insistance placée sur les opérations de la Garde côtière.

Nous avons dû nous séparer de deux ou trois éléments qui nous tenaient à cœur, comme le bureau de la sécurité de la navigation de plaisance. Cela était relativement logique, parce qu'il est mieux de regrouper tout ce qui concerne la navigation de plaisance.

Dans l'ensemble, les retombées pour les employés de la Garde côtière sont positives. Dans les régions, où se fait l'essentiel du travail, les relations avec les parties prenantes et les clients sont très bonnes. En ce qui nous concerne, nous estimons aller dans la bonne direction et, comme je le disais, l'annonce budgétaire a été une excellente nouvelle pour la Garde côtière.

Senator Eggleton: What is happening with regard to the replacement of some of the older vessels?

Mr. Gadula: We have a 25-year fleet recapitalization plan. In the budget there was a combination of two announcements addressing the most pressing need. It dealt with a couple of the scientific research vessels and some ice capability on the East Coast.

We have new ships at our highest need level going to the East Coast and the West Coast and two tranches of mid-shore patrol vessels, for a total of eight. Our group considers this to be very positive. It shows the migration from some of the services we used to deliver to some of the services that are beginning to be demanded.

For example, with the new change in technology on navigation services, there are less floating aids to navigation required, so we are able to put some of that effort into the other floating platforms.

Another example is the icebreaking program in the South. We find that with greater use of technology we are able to give ice information and routing information with less use of icebreakers. Ships are moving on time with less cost at the end of the day.

We are optimistic that it will be very positive.

Senator Eggleton: I hope so, too.

Senator Hubley: Did the minister say that Transport Canada is now solely responsible for the policing of marine pollution?

Mr. McDonald: Yes, that is correct. We are responsible for the approval of the oil handling facilities for the organizations that are responsible for the cleanup of pollution. We also assumed responsibility for the National Aerial Surveillance Program, which surveys for pollution incidents.

The Coast Guard retains some operational response capability with regard to mystery oil spills or spills North of 60, which are not covered by the private sector response organizations that now exist.

Senator Hubley: How far out on the ocean are you responsible for? Do you go into the exclusive economic zone?

Mr. McDonald: Yes, out to the 200-mile limit.

Senator Hubley: Environmental legislation appears in many departments. Is this being coordinated now?

Mr. McDonald: Yes, it is coordinated. You are probably aware of Bill C-15, which was recently passed, which had some oil pollution response provisions in it. Our primary pieces of legislation are the Canada Shipping Act and the Arctic Waters Pollution Prevention Act. We coordinate our work with the Department of the Environment and the Department of Fisheries

Le sénateur Eggleton : Qu'advient-il du remplacement de certains des bâtiments les plus anciens?

M. Gadula : Nous avons adopté un plan de reconstitution de la flotte sur 25 ans. Dans le budget, deux annonces concernaient les besoins les plus pressants de la Garde côtière. Il s'agit de deux bâtiments de recherche scientifique et de bâtiments brise-glace sur la côte Est.

Pour ce qui est de nos besoins les plus pressants, de nouveaux bâtiments ont été affectés sur la côte Est et sur la côte Ouest auxquels il faut ajouter deux bateaux de patrouille semi-hauturière, pour un total de huit bâtiments. Notre groupe estime que tout cela est très positif. Certains services que nous avions l'habitude d'offrir ont été délaissés au profit d'autres plus en demande.

Ainsi, à la faveur des progrès technologiques en matière de services à la navigation, de nouveaux aides flottant à la navigation s'imposent et nous allons pouvoir mettre plus d'efforts sur d'autres plates-formes flottantes.

Par exemple, il y a le programme des brise-glace dans le Sud. Nous avons constaté que, grâce à un recours plus intense à la technologie, nous allons pouvoir fournir des informations sur les glaces et sur les routes en recourant moins souvent aux brise-glace. Les bâtiments se déplacent à temps, à un coût moindre.

Nous croyons que cela est très positif et nous sommes optimistes.

Le sénateur Eggleton : Je l'espère aussi.

Le sénateur Hubley : Le ministre a-t-il dit que Transports Canada était désormais le seul ministère responsable de l'application des règlements en matière de pollution maritime?

M. McDonald : C'est exact. Nous sommes responsables de l'approbation des installations de manutention des hydrocarbures auprès des organisations qui se chargent des opérations de dépollution. Nous sommes aussi chargés du programme national de surveillance aérienne dans le cas des incidents de pollution.

La Garde côtière conserve une certaine capacité d'intervention pour les déversements d'origine inconnue ou les déversements au nord du 60° parallèle dont ne se chargent actuellement pas les organismes d'intervention du secteur privé.

Le sénateur Hubley : Jusqu'à quelle distance des côtes s'étend votre responsabilité? Intervenez-vous dans la zone économique exclusive?

M. McDonald : Oui, jusqu'à la limite des 200 milles.

Le sénateur Hubley : La Loi sur l'environnement concerne de nombreux ministères. Est-ce que tout cela est coordonné à l'heure actuelle?

M. McDonald : Oui! Vous savez sans doute que le projet de loi C-15, qui vient d'être adopté, renferme certaines dispositions relativement aux interventions en cas de pollution par hydrocarbure. Les principaux textes qui nous régissent sont la Loi sur la marine marchande du Canada et la Loi sur la prévention de la pollution des eaux de l'Arctique. Nous

and Oceans. Given the new provisions in Bill C-15, we are in the process of negotiating an enforcement memorandum of understanding with those two departments on how we will interface in that regard.

Senator Adams: How many ships does the Coast Guard have operating?

Mr. Gadula: We currently have 107 operational ships.

Senator Adams: I am mainly concerned about icebreaking.

Mr. Gadula: We have an icebreaking fleet that we deploy to the Arctic areas and we have a six-ship icebreaking unit that we put in place for summer operations in the high Arctic area, that being the Lancaster Sound and the Baffin Bay area. We go into the Hudson Bay area in the lower Arctic, and we deploy vessels to the Western Arctic as well. For the Arctic operations we have six icebreakers.

Senator Adams: There are now international flights going over the Arctic. I am wondering what will happen if a plane crashes in the sea. Last March, the American rangers conducted some rescue exercises. I live in Rankin Inlet, but sometimes I feel as though I live in Toronto because planes going to and from Europe are flying over our community. There is only one place in the Arctic for emergency landings, and that is at Iqaluit. I think there have been a couple of emergency landings there. Not long ago, someone got sick on a British Airways flight and they had to land there.

How do other countries deal with this situation?

Mr. Gadula: In Canada, the Department of National Defence has overall responsibility for search and rescue, including in the Arctic area. They have a major air disaster plan and we have a major marine disaster plan.

In addition to this, with the Northern strategy coming up and the International Polar Year in 2007-08, we have studied the need to augment the rangers and prepare a better search and rescue plan specific to the Arctic region. It is on our agenda and we will be discussing that at the national search and rescue secretariat in the next months.

In the past, through the new SAR initiative fund, we have supported putting in place components like rangers. For the environmental response strategy in the 25 communities, we have equipment for the people who deal with any environmental situations in those communities and we are trying to knit them all together. In addition, we began an expansion of the Coast Guard auxiliary into the Arctic area, although we had a few hiccups. It is currently being addressed by Mr. Jack Kruger, President of the Canadian Coast Guard Auxiliary, who works out of Yellowknife.

coordonnons nos activités avec le ministère de l'Environnement et le ministère des Pêches et des Océans. Étant donné les nouvelles dispositions du projet de loi C-15, nous sommes en train de négocier une entente d'application avec ces deux ministères, entente portant sur la façon de collaborer en la matière.

Le sénateur Adams : Combien de navires la Garde côtière exploite-t-elle actuellement?

M. Gadula : Nous avons actuellement 107 navires opérationnels.

Le sénateur Adams : Ce sont surtout les brise-glace qui m'intéressent.

M. Gadula : Nous avons une flotte de brise-glace que nous déployons dans les zones arctiques de même que six unités brise-glace que nous déployons pour les opérations d'été dans la région du haut Arctique, c'est-à-dire dans le détroit de Lancaster et dans le secteur de la baie de Baffin. Nous allons jusque dans la baie d'Hudson, dans l'Arctique inférieur, et nous déployons également des bâtiments dans l'Arctique de l'ouest. Pour ce qui est des opérations arctiques, nous avons six brise-glace.

Le sénateur Adams : Des vols internationaux survolent maintenant l'Arctique. Je me demande ce qui se passerait si un avion s'abîmait en mer. En mars dernier, les rangers américains ont effectué des exercices de sauvetage. Je vis à Rankin Inlet mais j'ai parfois l'impression que je réside à Toronto parce que des avions en partance ou à destination de l'Europe survolent sans cesse notre collectivité. Il n'y a qu'un endroit dans l'Arctique qui soit aménagé pour les atterrissages d'urgence : Iqaluit. Je pense que deux ou trois avions ont déjà atterri en urgence là-bas. Il n'y a pas si longtemps, quelqu'un est tombé malade à bord d'un avion de la British Airways qui a dû se poser à Iqaluit.

Comment les autres pays font-ils face à ce genre de situation?

M. Gadula : Au Canada, c'est le ministère de la Défense nationale qui assume toute la responsabilité en matière de recherche et de sauvetage, notamment dans la région de l'Arctique. Il s'appuie sur un vaste plan en cas de catastrophe aérienne et, nous, nous avons la même chose pour les catastrophes maritimes.

De plus, à la faveur de l'adoption prochaine de la stratégie du Nord et de l'Année polaire internationale en 2007-2008, nous avons envisagé d'augmenter les effectifs de rangers et de préparer un meilleur plan de recherche et de sauvetage adapté à la région de l'Arctique. C'est ce que nous avons prévu et nous allons en discuter dans le cadre du secrétariat national de la recherche et du sauvetage dans les mois à venir.

C'est grâce au nouveau fonds d'initiative SAR que, par le passé, nous avons pu financer la mise en place d'éléments comme les rangers. Pour ce qui est de la stratégie d'intervention en cas de catastrophe environnementale dans les 25 collectivités de l'Arctique, nous disposons d'un équipement que nous mettons à la disposition de ceux qui sont appelés à intervenir au sein de ces collectivités en cas de problème environnemental, et nous essayons d'unir leurs actions. De plus, nous avons commencé à étendre les auxiliaires de la Garde côtière à la région de l'Arctique,

Mr. Kruger has taken that in hand for the marine element. There is room to unite and have one set of communication gear so that everyone can talk to each other.

There is a system in place but, due to the environment there, the local people will have to be the first responders and others will come in as required. This is an area that is in the Northern strategy and that the National Search and Rescue Secretariat, together with the territorial governments, will be bringing together.

Senator Adams: Is the Nunavut government involved as well?

Mr. Gadula: Yes.

Senator Adams: It was mentioned that the military and the RCMP will be joining the Coast Guard. Do the military and the RCMP have any icebreakers?

Mr. Gadula: The majority of government icebreakers in Canada rest with the Coast Guard. Under our agreement, if the RCMP, for example, requires transportation or a platform, the Coast Guard is ready and willing to provide it. The government set it up with one civilian fleet to serve the needs of all departments.

Senator Adams: Is the responsibility of the RCMP in the situation of a plane crash mainly communication?

Mr. Gadula: Yes, they are responsible for that kind of communication.

Senator Mahovlich: Are the members of the Coast Guard not trained policemen? Do we have an academy like that of the Americans?

Mr. Gadula: Yes, we have the Canadian Coast Guard College in Sydney, Nova Scotia, which provides a degree as well as discipline training on the navigation side, but not policing. The Coast Guard does not have an enforcement role. The Coast Guard is not an armed institution at this time.

Senator Mahovlich: If there is a problem, you have to call on the military or the RCMP?

Mr. Gadula: If there is an enforcement issue, we have to do that. That is why we have gone to joint patrols with the RCMP on the Great Lakes.

Senator Mahovlich: Does the Coast Guard have any responsibility for Canada's lighthouses?

Mr. Gadula: Unfortunately, lighthouses are in my jurisdiction, and we pay a great deal of attention to lighthouses, although the term "lighthouse" might mean different things to many people.

Senator Mahovlich: Senator Pat Carney has a strong opinion on lighthouses.

malgré quelques difficultés de parcours. C'est actuellement M. Jack Kruger, président de la Garde côtière auxiliaire canadienne, basé à Yellowknife, qui s'occupe de tout cela. M. Kruger a pris les choses en main pour le volet maritime. Il y a encore lieu d'accentuer le regroupement des efforts et pour cela d'adopter un seul et même équipement de communication grâce auquel tout le monde pourra parler.

Le système est en place, mais à cause du milieu physique ce sont les résidents locaux qui sont les primo-répondants, mais ils bénéficieront de renforts au besoin. Tout cela est prévu dans la stratégie du Nord et est inscrit au programme du secrétariat national de la recherche et du sauvetage de même que des gouvernements territoriaux.

Le sénateur Adams : Est-ce que le gouvernement du Nunavut y participe aussi?

M. Gadula : Oui.

Le sénateur Adams : On a dit que les FC et la GRC travaillaient aux côtés de la Garde côtière. Est-ce que les militaires et la GRC ont des brise-glaces?

M. Gadula : La majorité des brise-glaces du gouvernement, au Canada, sont sous contrôle de la Garde côtière. En vertu des ententes que nous avons conclues, si la GRC a besoin d'un moyen de transport ou d'une plate-forme d'exploitation, elle soit s'adresser à la Garde côtière. Le gouvernement administre une seule flotte civile pour répondre aux besoins de tous les ministères.

Le sénateur Adams : En cas d'écrasement d'avion, est-ce que la GRC s'occupe essentiellement des communications?

M. Gadula : Effectivement, c'est la GRC qui se charge des communications.

Le sénateur Mahovlich : Les membres de la Garde côtière ne sont-ils pas des policiers dûment formés? Existe-t-il un institut de formation à l'instar de l'académie des gardes-côtes aux États-Unis?

M. Gadula : Il existe effectivement le collège de la Garde côtière canadienne à Sydney, en Nouvelle-Écosse, qui décerne des diplômes et assure la formation en matière de navigation, mais pas en matière de travail de police. La Garde côtière ne se charge pas de l'application de la loi. Pour l'instant, les agents de la Garde côtière ne sont pas armés.

Le sénateur Mahovlich : En cas de problème, vous faites appel à l'armée ou à la GRC?

M. Gadula : S'il faut faire respecter la loi, c'est ce que nous faisons. Voilà pourquoi nous effectuons des patrouilles mixtes avec la GRC dans les Grands Lacs.

Le sénateur Mahovlich : Est-ce que la Garde côtière assume une quelconque responsabilité dans le cas des phares?

M. Gadula : Malheureusement, les phares relèvent de ma compétence et nous y apportons beaucoup d'attention, bien que le terme « phare » veuille dire différentes choses pour différentes personnes.

Le sénateur Mahovlich : Le sénateur Pat Carney a un avis très arrêté sur les phares.

Mr. Gadula: We have traditional lighthouses where people used to live to man the foghorns. We have minor lights that look like a lighthouse. The local people call those lighthouses. We also have unmanned lighthouses that used to be manned. From a navigation and safety point of view, we are very interested in maintaining the lights and foghorns where they are needed. We do have a place in our heart for lighthouses.

Senator Mahovlich: We need not be concerned about our lighthouses?

Mr. Gadula: There is a lot of debate around lighthouses at the moment but, as an essential part of the navigation system, where they are required they will continue to exist.

Senator Mahovlich: There was a problem in Victoria with a lighthouse that was deteriorating.

Mr. Gadula: The amount of money available to maintain equipment and structures presents a challenge, but we do our best within the constraints that exist.

The Chairman: I wish to thank our witnesses. You have been very helpful.

Senators, is it agreed that, as indicated on our agenda, the committee proceed to clause-by-clause consideration of Bill C-3?

Senator Nolin: How do you suggest that we proceed before we receive the minister's response to us?

The Chairman: I suggest that we attach observations to our committee.

Senator Nolin: We do not know what the minister will tell us.

The Chairman: We could put on a broader record than the committee record the minister's undertaking to come back to us and his sympathetic response to the concerns raised by this committee with regard to the jurisdictional element. He did not address the question of fee exemptions. He made a commitment on the jurisdictional element.

Senator Nolin: Yes.

The Chairman: Governments never move as quickly as one would like. If the rest of this bill is worth passing, we should probably pass it and keep nagging the minister for a further response on the jurisdictional element, if nothing is done about that.

Senator Nolin: You are in charge.

The Chairman: That is my recommendation.

Is it agreed, senators, that we proceed with clause-by-clause consideration?

Senator Adams: The Minister of Transport said that he and the Minister of Fisheries and Oceans would discuss the user fees.

M. Gadula : Nous avons des phares traditionnels, habités par des gardiens. Et puis, il y les phares secondaires qui ressemblent à ceux qui sont habités, que les gens locaux appellent des phares, mais où il n'y a pas de gardien. Du point de vue de la navigation et de la sécurité, nous voulons conserver les phares habités et les phares secondaires là où ils sont nécessaires. Nous aussi, nous les aimons beaucoup nos phares.

Le sénateur Mahovlich : Nous n'avons donc pas lieu de nous préoccuper des phares?

M. Gadula : On parle beaucoup des phares pour l'instant, mais ils font partie intégrante du système de navigation et ils continueront d'exister par nécessité.

Le sénateur Mahovlich : Il y a eu un problème à Victoria, parce qu'un phare s'est détérioré.

M. Gadula : Les fonds destinés à l'entretien du matériel et des structures sont insuffisants, mais nous faisons de notre mieux dans les limites qui nous sont imposées.

La présidente : Je vais remercier nos témoins. Vous nous avez été très utiles.

Sénateurs, comme l'indique notre ordre du jour, êtes-vous maintenant d'accord pour que nous passions à l'étude article par article du projet de loi C-3?

Le sénateur Nolin : Comment voulez-vous que nous puissions faire cela avant d'avoir reçu la réponse du ministre?

La présidente : Je suggère que nous les joignons en annexe sous la forme de remarques du comité.

Le sénateur Nolin : Nous ne savons pas ce que le ministre va nous dire.

La présidente : Nous pourrions indiquer de façon générale que le ministre s'est engagé à nous faire part de sa réponse et qu'il a favorablement réagi aux préoccupations soulevées par ce comité relativement à la question des compétences provinciales fédérales. Il n'a pas répondu à la question de l'exemption des droits. Il s'est engagé à nous répondre sur la question des compétences.

Le sénateur Nolin : Oui.

La présidente : Les gouvernements ne vont jamais au rythme auquel on aimerait qu'ils aillent. S'il vaut la peine d'adopter le reste de ce projet de loi, c'est ce que nous devrions faire et nous devrions poursuivre le ministre pour obtenir sa réponse relativement à l'aspect compétence, s'il n'a pas réagi avant.

Le sénateur Nolin : C'est vous la patronne.

La présidente : C'est ce que je recommande.

Sénateurs, êtes-vous d'accord pour que nous passions à l'étude article par article?

Le sénateur Adams : Le ministre des Transports a déclaré que lui-même et le ministre des Pêches et des Océans se rencontreraient pour discuter de la question des droits d'utilisation.

The Chairman: Yes. That is on the public record as part of the proceedings of this committee. He reiterated that undertaking in his last statement before he left. If we attach observations to our report to the Senate, that would also be on the Senate's public record. It would be my intention, as chair of the committee, to write to the minister drawing his attention to our report and urging him to respond, and I would write to him again if he does not respond.

Senator Adams: I am very concerned about these charges for transportation in the North. According to what we have learned, no fees should have been charged since 1996. I want to make sure this is dealt with.

The Chairman: Senator Adams, the level of fees charged or not charged is beyond the purview of this bill. However, we can make observations about anything we want. Normally, we would proceed to considering observations in camera after concluding clause-by-clause consideration.

Senator Adams: In my experience, once a bill is passed observations are forgotten. As soon the minister has the bill, the observations are disregarded. I am concerned about the extremely high cost of living in our communities. I want to make sure that the concern the witnesses expressed yesterday is addressed.

The Coast Guard could not even guarantee that it could free ships stuck in the sea ice. When I had a construction company, I paid an extra 30 per cent to ensure that my materials were delivered on time. When they did not arrive, I still paid the 30 per cent.

People in the North are very concerned about the price of dry goods, et cetera.

The Chairman: Senator Adams, I assure you that, regardless of what we say in our observations, as chair of this committee I will follow up on this, repeatedly, if necessary, because the minister made an undertaking to this committee. The fact that he chose to repeat it as he was leaving indicates that he did not do it lightly. He knew what he was saying, and he wanted to make that sure we knew what he was saying. That is all I can offer you.

Senator Adams: I wanted to make sure, Chairman. I will mention it on the floor of the Senate also to ensure that it is on the record.

The Chairman: Is it agreed, senators, that we proceed with clause-by-clause consideration of Bill C-3?

Hon. Senators: Agreed.

The Chairman: It is agreed.

Shall the title stand postponed?

Hon. Senators: Agreed.

The Chairman: There are 37 clauses, honourable senators.

La présidente : Oui. Cela a été noté dans les délibérations de ce comité. Il nous a rappelé cet engagement avant de partir. Si nous l'indiquons également dans notre rapport au Sénat, eh bien cela apparaîtra officiellement dans les délibérations du Sénat aussi. En ma qualité de présidente du comité, j'ai l'intention d'écrire au ministre pour attirer son attention sur notre rapport et l'exhorter à nous répondre. Je lui écrirai de nouveau s'il ne répond pas.

Le sénateur Adams : Je suis très préoccupé par ces factures de transport dans le Nord. On nous a dit qu'il n'aurait pas fallu imposer de droits à partir de 1996. Je veux m'assurer que l'on s'occupera de cela aussi.

La présidente : Sénateur Adams, les frais d'utilisation qui sont imposés échappent à la portée de ce projet de loi. Nous pouvons toutefois faire toutes les remarques que nous voulons. Normalement, nous devrions examiner cela à huis clos après l'étude du projet de loi article par article.

Le sénateur Adams : À l'expérience, je sais que dès qu'un projet de loi est adopté, les remarques formulées à son sujet tombent dans l'oubli. Dès qu'un ministre a sa loi, il laisse de côté les observations des comités. Je suis préoccupé par le coût de vie extrêmement élevé dans nos collectivités. Je veux m'assurer que nous allons donner suite aux préoccupations exprimées par les témoins que nous avons entendus hier.

La Garde côtière n'était même pas en mesure de nous garantir qu'elle peut libérer les navires pris par les glaces. Quand j'avais ma compagnie de construction, je payais 30 p. 100 de plus pour m'assurer que mes matériaux seraient livrés à temps. Quand ils n'arrivaient pas, je payais tout de même les 30 p. 100.

Les gens du Nord sont très préoccupés par le prix des matières sèches et des autres produits.

La présidente : Sénateur Adams, je vous garantis que, peu importe ce que nous allons dire dans nos observations, en ma qualité de présidente du comité, j'assurerai un suivi à ce sujet et que je le ferai autant de fois que nécessaire parce que le ministre s'est engagé envers nous. Le fait qu'il ait décidé de se répéter en partant me donne à penser qu'il ne prend pas cela à la légère. Il savait ce à quoi il s'engageait et il a voulu s'assurer que nous en étions également bien conscients. C'est tout ce que je peux vous proposer.

Le sénateur Adams : Je voulais m'en assurer, madame la présidente. J'en parlerai également au Sénat pour m'assurer que tout cela apparaît à la retranscription.

La présidente : Sénateurs, est-on d'accord pour passer à l'étude article par article du projet de loi C-3?

Des voix : D'accord!

La présidente : Bien.

L'étude du titre est-elle retardée?

Des voix : Accepté.

La présidente : Nous avons 37 articles à voir, honorables sénateurs.

Senator Nolin: I object to clause 16, but I agree with the rest.

The Chairman: Are you willing to consider clauses 1 through 5 and then contemplate clause 16?

Senator Nolin: Yes.

The Chairman: Very well.

Shall clauses 1 through 15 carry?

Hon. Senators: Agreed.

The Chairman: Senator Nolin, do you wish to propose an amendment to clause 16?

Senator Nolin: I will vote against clause 16, and I will make my point at third reading.

The Chairman: Shall clause 16 carry?

[Translation]

Senator Nolin: I would like this to be on division.

[English]

The Chairman: Shall clause 16 carry?

Some Hon. Senators: Agreed.

Senator Nolin: On division.

The Chairman: On division.

Shall clauses 17 through 37 carry?

Hon. Senators: Agreed.

The Chairman: It is agreed.

Shall the title carry?

Hon. Senators: Agreed.

The Chairman: Shall the bill carry?

Some Hon. Senators: Agreed.

The Chairman: Honourable senators, do you wish to attach observations to this bill?

[Translation]

Senator Nolin: Since you mention it, I think it would indeed be a good idea.

[English]

The Chairman: Senators, we have written to the Government of Quebec asking if it wishes to appear or make comments on Bill S-31. We have not yet heard from them so, depending upon how things work out, it is quite possible that we will proceed with clause-by-clause consideration of Bill S-31 next Wednesday.

The committee continued in camera.

Le sénateur Nolin : Je m'objecte à l'article 16, mais je suis d'accord avec le reste.

La présidente : Voulez-vous que nous passions aux articles 1 à 15 et que nous nous arrêtions ensuite à l'article 16?

Le sénateur Nolin : Oui!

La présidente : Très bien.

Les articles 1 à 15 sont-ils adoptés?

Des voix : Accepté.

La présidente : Sénateur Nolin, voulez-vous proposer un amendement à l'article 16?

Le sénateur Nolin : Je vote contre l'article 16 et j'interviendrai à ce sujet en troisième lecture.

La présidente : L'article 16 est-il adopté?

[Français]

Le sénateur Nolin : Je veux enregistrer mon objection.

[Traduction]

La présidente : L'article 16 est-il adopté?

Des voix : Accepté.

Le sénateur Nolin : Avec dissidence.

La présidente : Avec dissidence.

Les articles 17 à 37 sont-ils adoptés?

Des voix : Accepté.

La présidente : Adoptés.

Le titre est-il adopté?

Des voix : Accepté.

La présidente : Le projet de loi est-il adopté?

Des voix : Accepté.

La présidente : Honorables sénateurs, voulez-vous joindre des remarques à ce projet de loi?

[Français]

Le sénateur Nolin : Comme vous en avez parlé, je pense que ce serait une bonne idée.

[Traduction]

La présidente : Sénateurs, nous avons écrit au gouvernement du Québec pour lui demander s'il désirait venir témoigner ou nous faire part de commentaires au sujet du projet de loi S-31. Comme il ne nous a pas fait part de sa réaction, selon la façon dont se dérouleront les choses, il est tout à fait possible que nous passions à l'étude article par article du projet de loi S-31 mercredi prochain.

Le comité poursuit ses travaux à huis clos.

Canadian Coast Guard:

Charles Gadula, Director General, Marine Programs Directorate,
Maritime Services;

Françoise Meloche, Counsel, Legal Services.

Bill S-31:

Transport Canada:

Evelyn Marcoux, Director General, Surface Programs and
Divestiture;

Regent Dickey, Manager, East, Highways and Borders, Surface
Programs and Divestiture.

Garde côtière canadienne :

Charles Gadula, directeur général, Direction générale des
programmes maritimes, Services Maritimes;

Françoise Meloche, avocate, Services juridiques.

Sur le projet de loi S-31 :

Transports Canada :

Evelyn Marcoux, directrice générale, Programmes de surface et
cession;

Régent Dickey, gestionnaire de l'est des routes et des frontières,
Programmes de surface et cession.



If undelivered, return COVER ONLY to:
Public Works and Government Services Canada –
Publishing and Depository Services
Ottawa, Ontario K1A 0S5

En cas de non-livraison,
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada –
Les Éditions et Services de dépôt
Ottawa (Ontario) K1A 0S5

APPEARING

Wednesday, June 8, 2005

The Honourable Jean-C. Lapierre, P.C., M.P., Minister of
Transport.

WITNESSES

Tuesday, June 7, 2005 (Bill C-3)

Nunavut Eastern Arctic Shipping Inc.:

Suzanne Paquin, Vice-President, Nunavut Eastern Arctic Shipping
Inc. and President, Transport Nanuk Inc.;

Guy St-Julien, Special Advisor on Government Relations to the
President, Makivik Corporation;

Francis Schiller, Government Affairs Advisor.

Wednesday, June 8, 2005

On Bill C-3:

Transport Canada:

Gerard A. McDonald, Director General, Marine Safety;

Mark A. M. Gauthier, Senior Counsel, Legal Services.

COMPARAÎT

Le mercredi 8 juin 2005

L'honorable Jean-C. Lapierre, C.P., député, ministre
Transports

TÉMOINS

Le mardi 7 juin 2005 (projet de loi C-3)

Nunavut Eastern Arctic Shipping Inc. :

Suzanne Paquin, vice-présidente, Nunavut Eastern Arctic Shipping
Inc. et présidente, Transport Nanuk Inc.;

Guy St-Julien, conseiller spécial en relations gouvernementales
auprès du président, Makivik Corporation;

Francis Schiller, conseiller en relations gouvernementales.

Le mercredi 8 juin 2005

Sur le projet de loi C-3 :

Transport Canada :

Gerard A. McDonald, directeur général, Sécurité maritime;

Mark A. M. Gauthier, avocat-conseil, Services juridiques.





SEP 17 2005

First Session
Thirty-eighth Parliament, 2004-05

Première session de la
trente-huitième législature, 2004-2005

SENATE OF CANADA

SÉNAT DU CANADA

*Proceedings of the Standing
Senate Committee on*

*Délibérations du Comité
sénatorial permanent des*

Transport and Communications

Transports et des communications

Chair:

The Honourable JOAN FRASER

Présidente :

L'honorable JOAN FRASER

Tuesday, June 14, 2005

Wednesday, June 15, 2005

Tuesday, June 21, 2005 (in camera)

Tuesday, June 28, 2005 (in camera)

Wednesday, June 29, 2005 (in camera)

Tuesday, July 5, 2005 (in camera)

Le mardi 14 juin 2005

Le mercredi 15 juin 2005

Le mardi 21 juin 2005 (à huis clos)

Le mardi 28 juin 2005 (à huis clos)

Le mercredi 29 juin 2005 (à huis clos)

Le mardi 5 juillet 2005 (à huis clos)

Issue No. 21

**Forty-eighth, forty-ninth, fiftieth, fifty-first,
fifty-second, and fifty-third meetings on:**

The current state of Canadian media industries
and

Second and final meeting on:

Bill S-31, An Act to authorize the construction
and maintenance of a bridge over the St. Lawrence River
and a bridge over the Beauharnois Canal for the purpose
of completing Highway 30

INCLUDING:

THE EIGHTH REPORT OF THE COMMITTEE
(Bill S-31)

WITNESSES:
(See back cover)

Fascicule n° 21

**Quarante-huitième, quarante-neuvième, cinquantième,
cinquante et unième, cinquante-deuxième et
cinquante-troisième réunions concernant :**

L'état actuel des industries de médias canadiennes
et

Deuxième et dernière réunion concernant :

Le projet de loi S-31, Loi autorisant la construction
et l'entretien d'un pont franchissant le fleuve Saint-Laurent et
d'un pont franchissant le canal de Beauharnois
en vue du parachèvement de l'autoroute 30

Y COMPRIS :

LE HUITIÈME RAPPORT DU COMITÉ
(Le projet de loi S-31)

TÉMOINS :
(Voir à l'endos)

THE STANDING SENATE COMMITTEE ON TRANSPORT AND COMMUNICATIONS

The Honourable Joan Fraser, *Chair*

The Honourable David Tkachuk, *Deputy Chair*

and

The Honourable Senators:

* Austin, P.C. (or Rompkey, P.C.)	* Kinsella (or Stratton)
Carney, P.C.	Merchant
Chaput	Munson
Eyton	Phalen
Johnson	Trenholme Counsell

*Ex officio members

(Quorum 4)

Changes in membership of the committee:

Pursuant to rule 85(4), membership of the committee was amended as follows:

The name of the Honourable Senator Chaput substituted for that of the Honourable Senator Hubley (*June 9, 2005*).

The name of the Honourable Senator Phalen substituted for that of the Honourable Senator Adam (*June 9, 2005*).

The name of the Honourable Senator Trenholme Counsell substituted for that of the Honourable Senator Mahovlich (*June 9, 2005*).

The name of the Honourable Senator Carney, P.C., substituted for that of the Honourable Senator Nolin (*June 9, 2005*).

The name of the Honourable Senator Eggleton, P.C., was removed (*June 14, 2005*).

The name of the Honourable Senator De Bané, P.C., substituted for that of the Honourable Senator Trenholme Counsell (*June 15, 2005*).

The name of the Honourable Senator Nolin substituted for that of the Honourable Senator Carney, P.C. (*June 15, 2005*).

The name of the Honourable Senator Trenholme Counsell substituted for that of the Honourable Senator De Bané, P.C. (*June 16, 2005*).

The name of the Honourable Senator Carney, P.C., substituted for that of the Honourable Senator Nolin (*June 16, 2005*).

LE COMITÉ SÉNATORIAL PERMANENT DES TRANSPORTS ET DES COMMUNICATIONS

Présidente : L'honorable Joan Fraser

Vice-président : L'honorable David Tkachuk

et

Les honorables sénateurs :

* Austin, C.P. (ou Rompkey, C.P.)	* Kinsella (ou Stratton)
Carney, C.P.	Merchant
Chaput	Munson
Eyton	Phalen
Johnson	Trenholme Counsell

*Membres d'office

(Quorum 4)

Modifications de la composition du comité :

Conformément à l'article 85(4) du Règlement, la liste des membres du comité est modifiée, ainsi qu'il suit :

Le nom de l'honorable sénateur Chaput est substitué à celui de l'honorable sénateur Hubley (*le 9 juin 2005*).

Le nom de l'honorable sénateur Phalen est substitué à celui de l'honorable sénateur Adam (*le 9 juin 2005*).

Le nom de l'honorable sénateur Trenholme Counsell est substitué à celui de l'honorable sénateur Mahovlich (*le 9 juin 2005*).

Le nom de l'honorable sénateur Carney, C.P., est substitué à celui de l'honorable sénateur Nolin (*le 9 juin 2005*).

Le nom de l'honorable sénateur Eggleton, C.P., est supprimé (*le 14 juin 2005*).

Le nom de l'honorable sénateur De Bané, C.P., est substitué à celui de l'honorable sénateur Trenholme Counsell (*le 15 juin 2005*).

Le nom de l'honorable sénateur Nolin est substitué à celui de l'honorable sénateur Carney, C.P. (*le 15 juin 2005*).

Le nom de l'honorable sénateur Trenholme Counsell est substitué à celui de l'honorable sénateur De Bané, C.P. (*le 16 juin 2005*).

Le nom de l'honorable sénateur Carney, C.P., est substitué à celui de l'honorable sénateur Nolin (*le 16 juin 2005*).

MINUTES OF PROCEEDINGS

OTTAWA, Tuesday, June 14, 2005
(53)

[English]

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day, at 9:35 a.m., in room 9, Victoria Building, the Chair, the Honourable Joan Fraser, presiding.

Members of the committee present: The Honourable Senators Chaput, Fraser, Johnson, Munson, Phalen and Tkachuk (6).

In attendance: Terry Thomas, Research Analyst, Parliamentary Research Branch, Library of Parliament.

Also in attendance: The official reporters of the Senate.

Pursuant to the Order of Reference adopted by the Senate on Tuesday, October 19, 2004, the committee continued its examination of the current state of Canadian media industries. (For complete text of Order of Reference, see proceedings of the committee, Issue No. 1, dated October 7, 2004.)

WITNESSES:

CTV News:

Robert G. Hurst, President;

Tom Haberstroh, Vice-President;

Joanne MacDonald, Vice-President.

Mr. Hurst began a statement.

At 9:40 a.m., the committee suspended.

At 9:50 a.m., the committee resumed.

Mr. Hurst continued his statement and, with Mr. Haberstroh and Ms. MacDonald, answered questions.

At 11:22 a.m., it was agreed that the committee adjourn to the call of the Chair.

ATTEST:

OTTAWA, Wednesday, June 15, 2005
(54)

[English]

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day, at 6:17 p.m., in room 9, Victoria Building, the Chair, the Honourable Joan Fraser, presiding.

Members of the committee present: The Honourable Senators Chaput, De Bané, P.C., Fraser, Johnson, Munson, Nolin and Phalen (7).

In attendance: Allison Padova, Terry Thomas, and Joseph Jackson, Research Analysts, Parliamentary Research Branch, Library of Parliament.

PROCÈS-VERBAUX

OTTAWA, le mardi 14 juin 2005
(53)

[Traduction]

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui à 9 h 35 dans la salle 9 de l'édifice Victoria sous la présidence de l'honorable Joan Fraser (*présidente*).

Membres du comité présents : Les honorables sénateurs Chaput, Fraser, Johnson, Munson, Phalen et Tkachuk (6).

Est présent : Terry Thomas, attaché de recherche, Direction de la recherche de la Bibliothèque du Parlement.

Sont également présents : Les sténographes officiels du Sénat.

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le mardi 19 octobre 2004, le comité poursuit l'examen de l'état actuel des industries de médias canadiennes. (*Le texte intégral de l'ordre de renvoi figure dans le fascicule n° 1 des délibérations du comité du 7 octobre 2004.*)

TÉMOINS :

CTV News :

Robert G. Hurst, président;

Tom Haberstroh, vice-président;

Joanne MacDonald, vice-présidente.

M. Hurst fait une déclaration.

À 9 h 40, la séance est suspendue.

À 9 h 50, la séance reprend.

M. Hurst poursuit sa déclaration et, avec M. Haberstroh et Mme MacDonald, répond aux questions.

À 11 h 22, il est convenu que le comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

ATTESTÉ :

OTTAWA, le mercredi 15 juin 2005
(54)

[Traduction]

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui à 18 h 17 dans la salle 9 de l'édifice Victoria sous la présidence de l'honorable Joan Fraser (*présidente*).

Membres du comité présents : Les honorables sénateurs Chaput, De Bané, C.P., Fraser, Johnson, Munson, Nolin et Phalen (7).

Sont présents : Allison Padova, Terry Thomas et Joseph Jackson, attachés de recherche, Direction de la recherche de la Bibliothèque du Parlement.

Also in attendance: The official reporters of the Senate.

Pursuant to the Order of Reference adopted by the Senate on Tuesday, June 7, 2005, the committee continued its examination of Bill S-31, An Act to authorize the construction and maintenance of a bridge over the St. Lawrence River and a bridge over the Beauharnois Canal for the purpose of completing Highway 30. (*For complete text of Order of Reference, see proceedings of the committee, Issue No. 20, dated June 7, 2005.*)

WITNESSES:

Transport Canada:

Evelyn Marcoux, Director General, Surface Programs, Surface Programs and Divestiture;

Pierre Woods, Legal Counsel, Crown Corporation Secretariat;

Régent Dickey, Manager, East, Highways and Borders, Surface Programs, Surface Programs and Divestiture.

The Chair read a letter from the Honourable Michel Després, Minister of Transport for the Province of Quebec.

Ms. Marcoux, and Messrs. Woods and Dickey answered questions.

It was agreed that the committee proceed to clause-by-clause consideration of Bill S-31, An Act to authorize the construction and maintenance of a bridge over the St. Lawrence River and a bridge over the Beauharnois Canal for the purpose of completing Highway 30.

It was agreed that the title stand postponed.

It was agreed that clause 1 stand postponed.

It was agreed that clauses 2 to 5 carry.

It was agreed that clause 1 carry.

It was agreed that the title carry.

It was agreed that the bill carry.

It was agreed that the bill be reported to the Senate.

At 6:31 p.m., the committee suspended.

At 6:33 p.m., the committee resumed in camera, pursuant to rule 92(2)(e) and, pursuant to the Order of Reference adopted by the Senate on Tuesday, October 19, 2004, considered its agenda relating to its examination of the current state of Canadian media industries. (*For complete text of Order of Reference, see proceedings of the committee, Issue No. 1, dated October 7, 2004.*)

At 6:53 p.m., it was agreed that the committee adjourn to the call of the Chair.

ATTEST:

Sont également présents : Les sténographes officiels du Sénat.

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le mardi 7 juin 2005, le Comité poursuit l'examen du projet de loi S-31, Loi autorisant la construction et l'entretien d'un pont franchissant le fleuve Saint Laurent et d'un pont franchissant le canal de Beauharnois en vue du parachèvement de l'autoroute 30. (*Le texte intégral de l'ordre de renvoi figure dans le fascicule n° 20 des délibérations du comité du 7 juin 2005.*)

TÉMOINS :

Transports Canada :

Evelyn Marcoux, directrice générale, Programmes de surface, Programmes de surface et cession;

Pierre Woods, conseiller juridique, Secrétariat des sociétés;

Régent Dickey, gestionnaire de l'est des routes et des frontières, Programmes de surface, Programmes de surface et cession.

La présidente lit une lettre de l'honorable Michel Després, ministre des Transports du Québec.

Mme Marcoux et MM. Woods et Dickey répondent aux questions.

Il est convenu que le comité procède à l'étude article par article du projet de loi S-31, Loi autorisant la construction et l'entretien d'un pont franchissant le fleuve Saint-Laurent et d'un pont franchissant le canal de Beauharnois en vue du parachèvement de l'autoroute 30.

Il est convenu que le titre est reporté.

Il est convenu que l'article 1 est reporté.

Il est convenu que les articles 2 à 5 sont adoptés.

Il est convenu que l'article 1 est adopté.

Il est convenu que le titre est adopté.

Il est convenu que le projet de loi est adopté.

Il est convenu que le projet de loi sera présenté au Sénat.

À 18 h 31, la séance est suspendue.

À 18 h 33, la séance se poursuit à huis clos conformément à l'alinéa 92(2)(e) du Règlement et conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le mardi 19 octobre 2004, le comité examine son programme relativement à l'examen de l'état actuel des industries de médias canadiennes. (*Le texte intégral de l'ordre de renvoi figure dans le fascicule n° 1 des délibérations du comité du 7 octobre 2004.*)

À 18 h 53, il est convenu que le comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

ATTESTÉ :

OTTAWA, Tuesday, June 21, 2005

(55)

[English]

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day, in camera, at 10:05 a.m., in room 505, Victoria Building, the Chair, the Honourable Joan Fraser, presiding.

Members of the committee present: The Honourable Senators Chaput, Eyton, Fraser, Johnson, Munson, Phalen and Tkachuk (7).

In attendance: Terry Thomas and Joseph Jackson, Research Analysts, Parliamentary Research Branch, Library of Parliament.

Pursuant to the Order of Reference adopted by the Senate on Tuesday, October 19, 2004, the committee continued its examination of the current state of Canadian media industries. (*For complete text of Order of Reference, see proceedings of the committee, Issue No. 1, dated October 7, 2004.*)

Pursuant to rule 92(2)(e), the committee considered its agenda.

At 11:25 a.m., it was agreed that the committee adjourn to the call of the Chair.

ATTEST:

OTTAWA, Tuesday, June 28, 2005

(56)

[English]

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day, in camera, at 9:30 a.m., in room 505, Victoria Building, the Chair, the Honourable Joan Fraser, presiding.

Members of the committee present: The Honourable Senators Eyton, Fraser, Johnson, Munson, Phalen, Tkachuk and Trenholme Counsell (7).

In attendance: Jessica Richardson, Legislative Clerk, The Senate; Terry Thomas and Joseph Jackson, Research Analysts, Parliamentary Research Branch, Library of Parliament.

Pursuant to the Order of Reference adopted by the Senate on Tuesday, October 19, 2004, the committee continued its examination of the current state of Canadian media industries. (*For complete text of Order of Reference, see proceedings of the committee, Issue No. 1, dated October 7, 2004.*)

Pursuant to rule 92(2)(e), the committee considered its agenda.

OTTAWA, le mardi 21 juin 2005

55)

[Traduction]

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui à huis clos à 10 h 5 dans la salle 505 de l'édifice Victoria sous la présidence de l'honorable Joan Fraser (*présidente*).

Membres du comité présents : Les honorables sénateurs Chaput, Eyton, Fraser, Johnson, Munson, Phalen et Tkachuk (7).

Sont présents : Terry Thomas et Joseph Jackson, attachés de recherche, Direction de la recherche de la Bibliothèque du Parlement.

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le mardi 19 octobre 2004, le comité examine son programme relativement à l'examen de l'état actuel des industries de médias canadiennes. (*Le texte intégral de l'ordre de renvoi figure dans le fascicule n° 1 des délibérations du comité du 7 octobre 2004.*)

Conformément à l'alinéa 92(2)e) du Règlement, le comité discute du programme de ses travaux.

À 11 h 25, il est convenu que le comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

ATTESTÉ :

OTTAWA, le mardi 28 juin 2005

(56)

[Traduction]

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui à huis clos à 9 h 30 dans la salle 505 de l'édifice Victoria sous la présidence de l'honorable Joan Fraser (*présidente*).

Membres du comité présents : Les honorables sénateurs Eyton, Fraser, Johnson, Munson, Phalen, Tkachuk et Trenholme Counsell (7).

Sont présents : Jessica Richardson, commis législatif, Le Sénat; Terry Thomas et Joseph Jackson, attachés de recherche, Direction de la recherche de la Bibliothèque du Parlement.

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le mardi 19 octobre 2004, le comité poursuit l'examen de l'état actuel des industries de médias canadiennes. (*Le texte intégral de l'ordre de renvoi figure dans le fascicule n° 1 des délibérations du comité du 7 octobre 2004.*)

Conformément à l'alinéa 92(2)e) du Règlement, le comité discute du programme de ses travaux.

At 10:57 a.m., it was agreed that the committee adjourn to the call of the Chair.

ATTEST:

OTTAWA, Wednesday, June 29, 2005
(57)

[English]

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day, in camera, at 6:27 p.m., in room 505, Victoria Building, the Chair, the Honourable Joan Fraser, presiding.

Members of the committee present: The Honourable Senators Chaput, Eyton, Fraser, Johnson, Munson, Phalen and Tkachuk (7).

In attendance: Jessica Richardson, Legislative Clerk, The Senate; Terry Thomas and Joseph Jackson, Research Analysts, Parliamentary Research Branch, Library of Parliament.

Pursuant to the Order of Reference adopted by the Senate on Tuesday, October 19, 2004, the committee continued its examination of the current state of Canadian media industries. (*For complete text of Order of Reference, see proceedings of the committee, Issue No. 1, dated October 7, 2004.*)

Pursuant to rule 92(2)(e), the committee considered its agenda.

At 7:55 p.m., it was agreed that the committee adjourn to the call of the Chair.

ATTEST:

Le greffier du comité,

Till Heyde

Clerk of the Committee

OTTAWA, Tuesday, July 5, 2005
(58)

[English]

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day, in camera, at 9:18 a.m., in room 505, Victoria Building, the Chair, the Honourable Joan Fraser, presiding.

Members of the committee present: The Honourable Senators Chaput, Fraser, Johnson, Tkachuk and Trenholme Counsell (5).

In attendance: Jessica Richardson, Legislative Clerk, The Senate; Terry Thomas and Joseph Jackson, Analysts, Parliamentary Information and Research Services, Library of Parliament.

À 10 h 57, il est convenu que le comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

ATTESTÉ :

OTTAWA, le mercredi 29 juin 2005
(57)

[Traduction]

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui à 18 h 27 dans la salle 505 de l'édifice Victoria sous la présidence de l'honorable Joan Fraser (*présidente*).

Membres du comité présents : Les honorables sénateurs Chaput, Eyton, Fraser, Johnson, Munson, Phalen et Tkachuk (7).

Sont présents : Jessica Richardson, commis législatif, Le Sénat; Terry Thomas et Joseph Jackson, attachés de recherche, Direction de la recherche de la Bibliothèque du Parlement.

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le mardi 19 octobre 2004, le comité poursuit l'examen de l'état actuel des industries de médias canadiennes. (*Le texte intégral de l'ordre de renvoi figure dans le fascicule n° 1 des délibérations du comité du 7 octobre 2004.*)

Conformément à l'alinéa 92(2)e) du Règlement, le comité se réunit à huis clos pour discuter du programme de ses travaux.

À 19 h 55, il est convenu que le comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

ATTESTÉ :

[Traduction]

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui à huis clos à 9 h 18 dans la salle 505 de l'édifice Victoria sous la présidence de l'honorable Joan Fraser (*présidente*).

Membres du comité présents : Les honorables sénateurs Chaput, Fraser, Johnson, Tkachuk et Trenholme Counsell (5).

Sont présents : Jessica Richardson, commis législatif, Le Sénat; Terry Thomas et Joseph Jackson, attachés de recherche, Direction de la recherche de la Bibliothèque du Parlement.

Pursuant to the Order of Reference adopted by the Senate on Tuesday, October 19, 2004, the committee continued its examination of the current state of Canadian media industries. *(For complete text of Order of Reference, see proceedings of the committee, Issue No. 1, dated October 7, 2004.)*

Pursuant to rule 92(2)(e), the committee considered its agenda.

At 10:45 a.m., it was agreed that the committee adjourn to the call of the Chair.

ATTEST:

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le mardi 19 octobre 2004, le Comité poursuit l'examen de l'état actuel des industries de médias canadiennes. *(Le texte intégral de l'ordre de renvoi figure dans le fascicule n° 1 des délibérations du comité du 7 octobre 2004.)*

Conformément à l'alinéa 92(2)e) du Règlement, le comité discute du programme de ses travaux.

À 10 h 45, il est convenu que le comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

ATTESTÉ :

Le greffier suppléant du comité,

Gérald Lafrenière

Acting Clerk of the Committee

REPORT OF THE COMMITTEE

Thursday, June 16, 2005

The Standing Senate Committee on Transport and Communications has the honour to present its

EIGHTH REPORT

Your Committee, to which was referred Bill S-31, An Act to authorize the construction and maintenance of a bridge over the St. Lawrence River and a bridge over the Beauharnois Canal for the purpose of completing Highway 30 has, in obedience to the Order of Reference of Tuesday, June 7, 2005, examined the said Bill and now reports the same without amendment.

Respectfully submitted,

La présidente,

JOAN FRASER

Chair

RAPPORT DU COMITÉ

Le jeudi 16 juin 2005

Le Comité sénatorial permanent des Transports et des communications a l'honneur de présenter son

HUITIÈME RAPPORT

Votre Comité, auquel a été déféré le projet de loi S-31, Loi autorisant la construction et l'entretien d'un pont franchissant le fleuve Saint-Laurent et d'un point franchissant le canal de Beauharnois en vue du parachèvement de l'autoroute 30 a, conformément à l'ordre de renvoi du mardi 7 juin 2005, étudié ledit projet de loi et en fait maintenant rapport sans amendement.

Respectueusement soumis,

EVIDENCE

OTTAWA, Tuesday June 14, 2005

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day at 9:35 a.m. to consider the current state of Canadian media industries; emerging trends and developments in these industries; the media's role, rights and responsibilities in Canadian society; and current and appropriate future policies relating thereto.

Senator Joan Fraser (*Chairman*) presiding.

[*English*]

The Chairman: Honourable Senators, the Standing Senate Committee on Transport and Communications is continuing this day its study of Canadian media industries and the role of the State in helping the media remain strong, independent and diversified in light of the upheavals in this field in recent years, including globalization, technological change, convergence and ownership concentration.

[*Translation*]

Today, we are pleased to welcome representatives of CTV News. CTV is one of the country's major English-language broadcasters, offering a range of programs in a range of fields. It also operates a number of specialty channels, including CTV Newsnet, Report On Business Television, talktv, The Comedy Network, TSN, RDS, Discovery Channel, and the Outdoor Life Network. CTV is owned by Bell Globemedia, which also owns the *The Globe and Mail*.

We have with us today the president of CTV News, Robert Hurst, who is accompanied by Tom Haberstroh and Joanne MacDonald. Thank you for joining us. We are glad to have this opportunity, after a number of failed attempts, to get together.

Please proceed, Mr. Hurst.

Mr. Robert G. Hurst, President, CTV News: Good morning, senators. You have introduced Mr. Haberstroh on my left and Ms. MacDonald on my right, so I will not introduce them again.

The three of us have spent most of our careers on the front lines of CTV News, which included for all of us some lengthy assignment here at CTV's Parliamentary Bureau. We are somewhat accustomed to what goes on at Parliament Hill, although I must say that this Senate facility was not here when we were here in the 1980s. It was a bit of a backwater, so it is great to see such a good facility here.

I will begin with some background on CTV News. The CTV national news went on the air in 1961 with a 13-minute newscast. It was in black and white. At that time, there were three reporters and a couple of news cameras.

TÉMOIGNAGES

OTTAWA, le mardi 14 juin 2005

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui, à 9 h 35, pour étudier l'état actuel des industries de médias canadiennes; les tendances et les développements émergents au sein de ces industries; le rôle, les droits et les obligations des médias dans la société canadienne; et les politiques actuelles et futures appropriées par rapport à ces industries.

Le sénateur Joan Fraser (*présidente*) occupe le fauteuil.

[*Traduction*]

La présidente : Honorables sénateurs, le Comité sénatorial permanent des transports et des communications continue aujourd'hui son étude des médias canadiens d'information et du rôle que l'État devrait jouer pour aider les médias à demeurer vigoureux, indépendants et diversifiés dans le contexte des bouleversements qui ont touché ce domaine au cours des dernières années, notamment la mondialisation, les changements technologiques, la convergence et la concentration de la propriété.

[*Français*]

Aujourd'hui, nous avons le plaisir d'accueillir des représentants de CTV News. CTV est l'un des principaux diffuseurs de langue anglaise du pays, et il offre un éventail de programmes dans divers domaines. Il exploite aussi un certain nombre de chaînes spécialisées, notamment CTV Newsnet, Report On Business Television, talktv, The Comedy Network, TSN, RDS, Discovery Channel, et Outdoor Life Network. CTV appartient à Bell Globemedia, qui est également propriétaire du *Globe and Mail*.

Sont présents aujourd'hui le président de CTV News, Robert Hurst, qui est accompagné par Tom Haberstroh et Joanne MacDonald. Merci d'être venus. Nous sommes heureux de vous accueillir après quelques tentatives infructueuses.

Monsieur Hurst, vous avez la parole.

M. Robert G. Hurst, président, CTV News : Bonjour, honorables sénateurs. Vous avez présenté M. Haberstroh, qui se trouve à ma gauche, et Mme MacDonald, à ma droite; je ne les représenterai donc pas.

Nous avons tous trois passé le plus clair de notre carrière aux premières lignes de CTV News, ce qui implique dans tous les cas une affectation assez longue ici, au bureau des affaires parlementaires de CTV. Nous avons l'habitude de ce qui se passe sur la Colline du Parlement, mais j'avoue que ces locaux du Sénat n'existaient pas quand nous y étions, dans les années 80. À l'époque, nous étions un peu loin de tout, et c'est formidable de voir les belles installations que vous avez ici.

Je vais commencer par rappeler un peu l'histoire de CTV News. Le premier téléjournal national de CTV a été diffusé en 1961; il a duré 13 minutes. L'émission était en noir et blanc. À l'époque, il y avait trois journalistes et deux caméras.

The first anchor was Peter Jennings, and CTV News owned one desk. One drawer of that desk was stuffed with red mesh shipping bags. They were called onion-skin bags, and we used them to ship film. Another drawer was filled with schedules for Trans Canada Airlines and the Greyhound bus company. Reporters in those days spent much of their time running to airports and bus terminals with those onion-skin bags.

Gathering news from overseas was a little more complicated. CTV News had no foreign bureaus, so we engaged a London-based newsreel service. Every day, that service would ship to us five or six stories from around the world. CTV News viewers would usually see those world events the same day, as long as the BOAC flight from London was flying. Often, it did not. It was by every measure a modest beginning.

The broadcast regulator's objective back then was to offer Canadians an alternative news voice to CBC television. CTV's journalists took that as a challenge as they set out to build a high-quality and comprehensive television news service that Canadians could trust. CTV's owners believed in local and national news, and they invested heavily in it.

After Peter Jennings left for ABC News in New York, Harvey Kirk became our lead anchor. In 1966, *W-FIVE* was launched. Today, *W-FIVE* is North America's longest-running investigative program. It is older than *60 Minutes*. *W-FIVE* has just finished its current season and remains Canada's most popular program investigating issues of public concern. In 1972, Percy Saltzman and Carole Taylor introduced *Canada AM*. In 1977, Lloyd Robertson joined CTV News.

The 1970s and 1980s were times of expansion for CTV News. Local news was growing, and national news bureaus were added in Edmonton, Winnipeg, Halifax, Jerusalem, and Beijing, China. Those years were also periods of ownership struggles as local station owners vied for control of the CTV television network. In the late 1980s, there was even a plan to wind up CTV and shut it down, so fragile and precarious was the CTV financial situation.

In the 1990s, there was a period of consolidation among the stations that formed the CTV network. By 1997, a majority of the CTV affiliates were under common ownership. The addition of CKY in Winnipeg and CFCF in Montreal by 2001 completed the consolidation, except for the West Coast. CanWest acquired two CTV affiliates — BCTV in Vancouver and CHEK in Victoria. The independent station in Vancouver, VTV, became the new CTV affiliate, thus completing the consolidation of the CTV network under common ownership.

Le premier chef d'antenne a été Peter Jennings, et CTV News possédait un seul bureau, dont un tiroir était rempli de sacs en filet rouge. Nous les appelions les sacs à oignons, et ils servaient à expédier les films. Un autre tiroir contenait les horaires de Trans Canada Airlines et de la compagnie d'autocars Greyhound. À cette époque, les journalistes passaient beaucoup de temps à courir vers les aéroports et les terminus en transportant ces sacs à oignons.

Il était alors un peu plus compliqué d'obtenir des nouvelles de l'étranger. CTV News n'avait pas de bureau à l'étranger, de sorte que nous avions recours aux services d'une agence de presse de Londres. Chaque jour, cette agence nous expédiait cinq ou six reportages en provenance de diverses parties du monde. En général, les téléspectateurs de CTV News voyaient ces reportages le même jour, pourvu que le vol de BOAC en provenance de Londres ait lieu. Souvent, ce n'était pas le cas. Nos débuts ont été très modestes.

À l'époque, l'objectif de l'organisme de réglementation de la radiodiffusion était d'offrir aux Canadiens une autre source de nouvelles que la télévision de la CBC. Les journalistes de CTV ont considéré cet objectif comme un défi et ils ont entrepris de bâtir un service de nouvelles télévisées de qualité supérieure et complètes auxquelles les Canadiens pouvaient faire confiance. Les propriétaires de CTV croyaient en la valeur des nouvelles locales et nationales, et ils ont fortement investi à cet égard.

Après que Peter Jennings se soit joint à ABC News à New York, Harvey Kirk est devenu notre chef d'antenne. En 1966, nous lançons *W-FIVE*. Aujourd'hui, cette émission d'enquêtes-reportages est la plus ancienne en Amérique du Nord. Elle est plus ancienne que *60 Minutes*. *W-FIVE* vient de terminer sa saison et demeure l'émission d'enquêtes-reportages sur des questions d'intérêt public la plus populaire. En 1972, Percy Saltzman et Carole Taylor ont créé *Canada AM*. En 1977, Lloyd Robertson s'est joint à CTV News.

Les années 70 et 80 ont été une période d'expansion pour CTV News. Les nouvelles locales étaient en pleine croissance, et des salles de nouvelles nationales ont été ajoutées à Edmonton, à Winnipeg, à Halifax, à Jérusalem et à Beijing, en Chine. Cette période a aussi été marquée par les luttes de propriété, car les propriétaires de stations locales cherchaient à contrôler le réseau de télévision de CTV. À la fin des années 80, il y avait même un plan pour fermer CTV, tant sa situation financière était précaire.

Dans les années 90, il y a eu une période de regroupement des stations qui formaient le réseau CTV. En 1997, la majorité des stations affiliées appartenaient au même propriétaire. L'ajout de CKY à Winnipeg et de CFCF à Montréal en 2001 a mis un point final à ce regroupement, sauf pour ce qui est de la côte ouest. CanWest a fait l'acquisition de deux stations affiliées de CTV, c'est-à-dire BCTV à Vancouver et CHEK à Victoria. La station indépendante de Vancouver, VTV, est devenue une nouvelle station affiliée de CTV, ce qui a produit le réseau actuel de CTV appartenant aux mêmes intérêts.

CTV's acquisition by BCE and the Thomson family, creating Bell Globemedia, provided stable financial resources, which enabled CTV to become the strong and vibrant broadcaster it is today.

For the news division, this has been an important factor in expanding and improving our news service. We have raised journalistic standards at all of our stations. We run training programs across the country, including diversity training. Our local newsrooms and national platforms can now freely exchange news stories, and we exchange with our stations up to 1,000 Canadian news stories a week.

We have improved our newsgathering infrastructure. We have built our own station-to-station video delivery system — a sort of trans-Canada telephone system for television news stories. The system is called Gateway — a CTV invention — and it won a Gemini award for technical innovation.

CTV News now has the financial resources to cover the most important stories from across Canada and from around the world. In these past few months, we have seen the tsunami, the RCMP tragedy in Mayerthorpe and the death of Pope John Paul II. We are currently preparing for the next general election. Each of these stories requires millions of dollars over and above our operating budget. We are committed to covering these extraordinary and costly Canadian and world events.

Today, 44 years after its humble beginning, CTV News is Canada's most trusted source of local, national and world news. Our local news operations are the ratings leaders in every single Canada market, except for Vancouver, which is a new CTV station. We are investing heavily in our newsgathering operations in British Columbia. Our Vancouver newscasts are a strong number two in that market, and we are growing there.

The *CTV News* with Lloyd Robertson is the top-rated national news program in Canada. We operate 11 local newsrooms. We maintain news bureaus in many other communities across Canada, including Lethbridge, Prince Albert, Yorkton, Sault Ste. Marie, Timmins, North Bay, Quebec City, Saint John, Moncton, Yarmouth, and Sydney, Nova Scotia. In addition, the CTV national news service has seven dedicated national news bureaus across Canada. Overseas, CTV maintains nine foreign bureaus on four continents. This is the largest overseas newsgathering operation of any Canadian news organization. We also operate the all-business channel Report on Business Television and our 24-hour news channel, CTV Newsnet.

We believe that Canada needs a strong, vibrant and competitive television marketplace. Every one of our CTV newscasts competes with many local, national and foreign competitors. In our opinion, Canadians are well served by television news services. Competition among television news

L'acquisition de CTV par BCE et la famille Thomson, transaction qui a mené à la création de Bell Globemedia, a stabilisé les ressources financières de CTV et lui a ainsi permis de devenir le télédiffuseur solide et dynamique qu'il est aujourd'hui.

Pour notre division de l'information, ce fut un important facteur de l'expansion et de l'amélioration de notre service de nouvelles. Nous avons resserré les normes journalistiques de toutes nos stations. Nous offrons des programmes de formation dans tout le pays, notamment sur la diversité. Nos salles de nouvelles locales et nationales peuvent maintenant échanger librement des reportages et, chaque semaine, nous échangeons avec nos stations un millier de reportages à contenu canadien.

Nous avons amélioré notre infrastructure de collecte des nouvelles. Nous avons construit notre propre système de transmission vidéo de station à station — une sorte de système téléphonique transcanadien de transmission des reportages télévisés. Ce système porte le nom de Gateway — une invention de CTV — et il a remporté un prix Gêmeau pour l'innovation technique.

CTV News dispose maintenant des ressources financières suffisantes pour couvrir les événements les plus importants au pays et partout dans le monde. Ces quelques derniers mois, il y a eu le tsunami, la tragédie de la GRC à Mayerthorpe et le décès du pape Jean-Paul II. Nous nous préparons actuellement aux prochaines élections générales. Chacun de ces événements exige qu'on y consacre des millions de dollars en plus de notre budget d'exploitation. Nous sommes déterminés à couvrir ces événements canadiens et mondiaux extraordinaires et coûteux.

Aujourd'hui, 44 ans après ses humbles débuts, CTV News est la source la plus prisée de nouvelles locales, nationales et mondiales au Canada. Nos salles de nouvelles locales reçoivent les plus fortes cotes d'écoute dans chaque marché canadien, sauf à Vancouver, où la station de CTV vient d'ouvrir. Nous investissons fortement dans nos activités de collecte des nouvelles en Colombie-Britannique. À Vancouver, nos téléjournaux sont bons deuxièmes, et ils connaissent une expansion.

CTV News, animée par Lloyd Robertson, est l'émission de nouvelles nationales la mieux cotée au pays. Nous avons 11 salles de nouvelles locales. Nous avons des bureaux dans beaucoup d'autres collectivités du Canada, y compris Lethbridge, Prince Albert, Yorkton, Sault Ste. Marie, Timmins, North Bay, Québec, Saint John, Moncton, Yarmouth et Sydney, en Nouvelle-Écosse. De plus, le service de nouvelles nationales de CTV dispose de sept bureaux de nouvelles nationales spécialisés au Canada. À l'étranger, CTV a neuf bureaux sur quatre continents. Il s'agit du plus important réseau de collecte de nouvelles à l'étranger parmi les médias canadiens. Nous avons également la chaîne d'affaires Report on Business Television, et notre chaîne de nouvelles qui diffuse en permanence, CTV Newsnet.

Nous estimons que le Canada a besoin d'une industrie de télédiffusion vigoureuse, dynamique, et concurrentielle. Chacun des téléjournaux de CTV fait concurrence à de nombreux diffuseurs locaux, nationaux et étrangers. À notre avis, les Canadiens sont bien informés par les services de nouvelles

outlets is intense and fierce, especially at the local and national level. We believe the standards of television news in Canada are among the best in the world.

In recent years, the largest proportion of new entries in the Canadian television news marketplace has been foreign news channels, especially American services like FOX News. CTV News believes that strong, distinctive Canadian news voices are more important than ever in this new environment. We asked the CRTC last year for some important changes to Newsnet's licence conditions to enable Newsnet to become a more vibrant Canadian voice in the 24-hour news environment. More than 1,200 Canadians from all walks of life wrote the commission supporting our initiatives. We are deeply appreciative of their support.

Those amendments to our licence allowed us to relaunch the Countdown program with Mike Duffy. *COUNTDOWN: With Mike Duffy*, which is a nightly show, is an intense review of the day in politics. In the weeks ahead, we will be expanding and overhauling CTV Newsnet to go head-to-head with large American news broadcasters with our distinctive Canadian voice.

Your committee is studying media integration and, more specifically, common ownership of print and broadcast outlets. At CTV News, editorial independence is the foundation upon which we cover and report the news. Our editors and reporters decide what to cover and how the news will be presented. There is no interference or direction from our owners or advertisers, or governments or special interests. We believe that, to be a credible news organization, CTV News must be independent, and we must also be perceived by viewers to be independent. In our news programming at both the local and national level, there are no editorial or corporate positions taken or promoted on events of the day.

During CTV's network licence hearings in 2001, the CRTC expressed some concerns about the potential for a weakening of journalistic voices in Canada due to common ownership of print and broadcast outlets. At the time, CTV proposed a code of journalistic independence that separates news-management functions between CTV and *The Globe and Mail*. The journalistic independence code we proposed to the CRTC is in effect today. In the four years since the code has been in place, there has not been a single complaint.

Decisions on journalistic content and presentation for CTV are made solely by CTV television news management. This is not only a journalistic decision; it is also a business decision. Our mandate at CTV News is to do what is best for CTV News and our viewers.

We do exchange daily assignment schedules with *The Globe and Mail*. We share the costs of public opinion polling. On a few occasions, we have done joint projects. For example, during the Iraq war, we used a *Globe* reporter as an eyewitness to the end of

télévisées. La concurrence entre les stations de nouvelles télévisées est intense et féroce, surtout sur les marchés locaux et national. Nous estimons que les normes qui régissent les nouvelles télévisées au Canada sont parmi les plus strictes au monde.

Ces dernières années, la grande proportion des nouveaux venus dans l'industrie des nouvelles télévisées au Canada ont été des chaînes de nouvelles de l'étranger, surtout des chaînes américaines comme FOX News. CTV News estime qu'une représentation canadienne distincte est plus importante que jamais dans ce nouvel environnement. L'an dernier, nous avons demandé au CRTC d'apporter des changements importants à la licence de Newsnet pour lui permettre de devenir une voix canadienne encore plus forte dans le secteur de la diffusion 24 heures sur 24. Plus de 1 200 Canadiens de toutes les conditions sociales ont écrit au Conseil pour appuyer nos projets. Nous leur sommes très reconnaissants.

Ces modifications de notre licence nous ont permis de relancer l'émission *Countdown*, animée par Mike Duffy. *COUNTDOWN: With Mike Duffy*, une émission diffusée tous les soirs, est une revue approfondie de l'activité politique de la journée. Les prochaines semaines verront l'expansion et le remaniement de CTV Newsnet, afin d'opposer notre voix canadienne distincte aux grands télédiffuseurs américains de nouvelles.

Votre comité étudie l'intégration des médias et, plus précisément, le regroupement entre les mêmes mains de journaux et de télédiffuseurs de nouvelles. Chez CTV News, l'indépendance des journalistes est la pierre d'angle de nos reportages. Nos rédacteurs et nos journalistes décident quoi couvrir et comment présenter la nouvelle. Il n'y a ni interférence ni instructions émanant des propriétaires et des annonceurs, des gouvernements ou de groupes d'intérêts particuliers. Nous croyons que, pour être crédible, CTV News doit être indépendante, et que ses auditeurs doivent la considérer comme telle. Dans notre programmation journalistique locale et nationale, aucune position de la rédaction ou de la direction n'est prise ou mise de l'avant à l'égard de l'actualité.

En 2001, à l'occasion des audiences sur la licence du réseau CTV, le CRTC a dit craindre que la propriété commune de médias imprimés et télévisuels mine la diversité journalistique au Canada. À l'époque, CTV a proposé un code d'indépendance journalistique selon lequel les fonctions de gestion des nouvelles de CTV et du *Globe and Mail* sont distinctes. Le code d'indépendance journalistique que nous avons proposé au CRTC est en vigueur aujourd'hui. Depuis quatre ans qu'il est appliqué, aucune plainte n'a été déposée.

Les décisions relatives au contenu journalistique et à la présentation des émissions de CTV sont prises exclusivement par la direction du service des nouvelles de la télévision de CTV. Cette décision n'est pas seulement de nature journalistique, mais aussi opérationnelle. Le mandat de CTV News consiste à faire ce qui est préférable pour CTV News et son auditoire.

Nous échangeons les horaires quotidiens d'affectation avec le *Globe and Mail*. Nous partageons le coût des sondages de l'opinion publique. À quelques occasions, nous avons mené des activités conjointes. À titre d'exemple, pendant la guerre en Irak,

the war when our own reporter had gone missing on the battlefield. Our medical units did an acclaimed series on the health dangers of trans fats. However, these joint projects are rare. We sometimes use *Globe* journalists on our public affairs programs, but we also use journalists from CanWest, *The Toronto Star*, the Sun-Quebecor group, Corus and others.

We at CTV News are proud of what we have accomplished in 44 years since that 13-minute, black-and-white newscast in 1961. We take seriously our obligations to provide a public service through our news programming that reflects Canadian attitudes, opinions and ideas as set out in section 3 of the Broadcasting Act. CTV News produces more original news programming in Canada every day than any other broadcaster. We believe we have earned the trust of Canadians, because more Canadians get their television news from CTV News than from any other source.

We thank the committee for the invitation to appear before you. We look forward to your questions.

Senator Tkachuk: I was reading an article in the *The Globe and Mail* about CBC getting into the digital radio business as a partner with Sirius. Do you think that is something the CBC should be doing?

Mr. Hurst: I understand that the CRTC will announce the winners of the satellite radio competition on Thursday. We are partnered with the Bitove group to provide some news.

I would rather not answer your question. We are the news division, and I can tell you how CTV News works. When it comes to the CBC, we think the CBC is a very good journalistic organization in television news. They have a good national newscast.

In terms of their other ventures, we all would wonder what public policy issues are at stake when the CBC enters satellite radio or the Internet. We are most interested that the CBC is apparently going to be returning to local television news. We are following that with great interest.

Senator Tkachuk: You mentioned at the beginning of your presentation that the CRTC, or its equivalent at that time, licensed CTV as an alternative to the CBC. We now have all-day news channels, which to me are like electronic newspapers. I can switch on Newsnet and follow the story, or I can go to their website and pick up information in competition to my local paper or others. Do you think the CRTC should be involved at all in licensing all-news channels? Should all-news channels be given the same journalistic freedom to start as a newspaper is given?

Mr. Hurst: The CRTC does a good job in the news area of balancing entrants to the marketplace. I have been involved in the CRTC process when they were giving out general news licences

nous avons fait appel au correspondant du *Globe* jusqu'à la fin de la guerre, parce que notre propre journaliste a été porté disparu sur le champ de bataille. Nos équipes médicales ont produit une série fort appréciée sur les dangers pour la santé des gras trans. Toutefois, ces activités conjointes sont rares. Nous invitons parfois des journalistes du *Globe* à nos programmes d'affaires publiques, mais nous invitons aussi des journalistes de CanWest, du *Toronto Star*, du groupe Sun-Quebecor, de Corus et d'autres.

À CTV News, nous sommes fiers de ce que nous avons réalisé en 44 ans, depuis le premier téléjournal de 13 minutes diffusé en noir et blanc en 1961. Nous prenons au sérieux notre obligation de fournir, par le truchement de notre programmation, un service public qui traduit les attitudes, les opinions et les idées des Canadiens, conformément à l'article 3 de la Loi sur la radiodiffusion. Chaque jour, CTV News produit davantage d'émissions de nouvelles originales que n'importe quel autre télédiffuseur au pays. Nous estimons avoir acquis la confiance des Canadiens, car une majorité d'entre eux s'informent auprès de CTV News plutôt que de n'importe quelle autre source.

Nous remercions le comité de nous avoir invités à comparaître. Nous serons heureux de répondre à vos questions.

Le sénateur Tkachuk : Je lisais un article du *Globe and Mail* à propos du fait que CBC/Radio-Canada allait se lancer dans la radio numérique en partenariat avec Sirius. Estimez-vous que CBC/Radio-Canada devrait faire cela?

M. Hurst : Je crois comprendre que le CRTC annoncera jeudi les gagnants du concours concernant la radio par satellite. Nous sommes jumelés au groupe Bitove pour diffuser certaines nouvelles.

Je préférerais ne pas répondre à votre question. Nous sommes un service de nouvelles, et je peux vous dire comment CTV News fonctionne. En ce qui concerne Radio-Canada ou la CBC, nous pensons que c'est un très bon organisme journalistique du secteur des nouvelles télévisées. Ce réseau a un bon téléjournal national.

Pour ce qui est de ses autres projets, nous nous interrogerions tous sur les questions de politique publique qui sont en jeu, si la CBC/Radio-Canada se lançait dans la radio par satellite ou par Internet. Nous nous intéressons vivement au fait que la CBC projette apparemment de revenir aux nouvelles locales télévisées. Nous suivons la situation avec beaucoup d'intérêt.

Le sénateur Tkachuk : Vous avez dit au début de votre exposé que le CRTC, ou son équivalent à l'époque, avait octroyé une licence à CTV en tant que solution de rechange à la CBC. Nous avons maintenant des chaînes de nouvelles qui diffusent 24 heures sur 24, et je les considère comme des journaux électroniques. Je peux syntoniser Newsnet et écouter un reportage, ou je peux aller sur son site Web et glaner de l'information en plus de celle que j'obtiens de mon journal local et d'autres. Croyez-vous que le CRTC devrait réglementer les chaînes de nouvelles? Les chaînes de nouvelles devraient-elles jouir de la même liberté journalistique que les journaux?

M. Hurst : Dans le secteur des nouvelles, le CRTC arrive très bien à maintenir l'équilibre quand il laisse entrer de nouveaux joueurs sur le marché. J'ai participé au processus que le CRTC

and second news licences. We had been watching with keen interest on the entry into Canada of CNN, CNN Headline News, MSNBC and FOX. We think the CRTC generally does a good job in balancing the various competing interests to ensure that there is a diversity of news and voices in the all-news business on cable television in this country.

Senator Tkachuk: Do you have difficulty at CTV covering Bell, the telephone company, the mother company, as a news story?

Mr. Hurst: I will ask Tom Haberstroh to respond to that. Mr. Haberstroh handles the daily reporters and bureaus.

Mr. Tom Haberstroh, Vice-President, CTV News: Honourable senators, I would not say that we have any more difficulty than with any other company. I ran Newsnet for four years, and we did a significant amount of business on Newsnet. The orders were clear: Be tough, be fair, and treat Bell like you would any other company. That is the *modus operandi*. I would not say it is difficult.

Senator Tkachuk: Since you are owned by them, do you think viewers may watch what you say with some general mistrust about that particular issue or other issues surrounding the company's competition?

Mr. Haberstroh: That is a fair question. We instruct our journalists — be it in a news story or covering an event live, it is part of our policy to let our viewers know that with respect to Bell Globemedia or BCE as our parent company we are reporting on ourselves. I cannot extrapolate from that what the viewer takes from that statement, but we are transparent in that way.

Senator Tkachuk: It is my understanding that the CRTC placed some fairly strict conditions regarding Bell Globemedia's ownership of television in newspapers. Can you perhaps explain what they are, or did they?

Mr. Hurst: I am not sure, senator, what directly you are referring to. Our licence renewal was in 2001. At that time, there was attached to the CTV network licence renewal the journalistic code that we proposed to the CRTC to separate the news-management functions of *The Globe and Mail* and CTV News. That was attached to our licence. We filed that with the Senate this morning for your review.

Senator Phalen: When you entered into an agreement with the Canadian Broadcast Standards Council, CRTC also imposed on you a \$1 million a year requirement to publicize statements. Have you done that?

Mr. Hurst: Yes, sir.

Senator Phalen: In which way?

Mr. Hurst: We have done that through public service announcements on CTV, which is one of the most effective communication vehicles in this country.

appliquait quand il accordait des licences générales et secondaires pour la diffusion de nouvelles. Nous avons suivi avec beaucoup d'intérêt l'entrée au Canada de CNN, de CNN Headline News, de MSNBC et de FOX. Nous estimons qu'en général, le CRTC arrive très bien à équilibrer les intérêts concurrents pour garantir la diversité des nouvelles et des sources dans le secteur des chaînes de nouvelles qui diffusent sur le câble au Canada.

Le sénateur Tkachuk : Est-ce que CTV a du mal à couvrir l'actualité qui concerne Bell, la compagnie de téléphone, l'entreprise mère?

M. Hurst : Je vais demander à Tom Haberstroh de vous répondre. C'est M. Haberstroh qui s'occupe des activités quotidiennes des journalistes et des bureaux.

M. Tom Haberstroh, vice-président, CTV News : Honorables sénateurs, je ne dirais pas que nous avons plus de difficulté qu'avec une autre compagnie. J'ai dirigé Newsnet pendant quatre ans, et nous parlions beaucoup du monde des affaires sur Newsnet. La consigne était claire : soyez sans pitié, soyez juste, et traitez Bell comme toute autre compagnie. C'est notre façon de faire. Je ne dirais pas que c'est difficile.

Le sénateur Tkachuk : Puisque CTV appartient à Bell, croyez-vous que les auditeurs écoutent avec méfiance ce que vous avez à dire à propos de Bell ou d'autres questions relatives à la concurrence de l'entreprise?

M. Haberstroh : C'est une bonne question. Ce que nous disons à nos journalistes, qu'il s'agisse d'un reportage ou de la couverture en direct d'un événement, c'est que notre stratégie consiste à dire à nos auditeurs que, en dépit de nos liens avec Bell Globemedia ou BCE, nous choisissons nous-mêmes nos reportages. Je ne peux pas deviner ce que nos auditeurs en pensent, mais nous sommes transparents.

Le sénateur Tkachuk : D'après ce que je comprends, le CRTC a imposé des conditions assez strictes au fait que Bell Globemedia possédait des réseaux de télévision et de journaux. Pouvez-vous nous expliquer la nature de ces conditions?

M. Hurst : Monsieur le sénateur, je ne suis pas certain de ce dont vous parlez. Notre licence a été renouvelée en 2001. À l'époque, le code journalistique que nous avons proposé au CRTC pour séparer les fonctions journalistiques et opérationnelles du *Globe and Mail* et de CTV News a été annexé à la nouvelle licence du réseau CTV. C'était annexé à notre licence. Nous avons déposé ce document devant le Sénat ce matin, pour votre information.

Le sénateur Phalen : Quand vous avez conclu un accord avec le Conseil canadien des normes de la radiotélévision, le CRTC vous a aussi imposé de consacrer un million de dollars par année à la diffusion de déclarations. L'avez-vous fait?

M. Hurst : Oui.

Le sénateur Phalen : De quelle manière?

M. Hurst : Nous l'avons fait par le truchement d'annonces d'intérêt public sur le réseau CTV, ce qui constitue l'un des moyens de communication les plus efficaces au pays.

The Chair: Might I ask what time of day those run?

Mr. Hurst: I do not know. I could certainly provide, if you wish, what we have done in the last six months or the last year.

The Chair: Yes, please.

Senator Phalen: I understand also that the CRTC imposed on you the restriction that you cannot serve on the editorial board of *The Globe and Mail* or vice versa. Would you venture an opinion on cross-media ownership for us?

Mr. Hurst: CTV and Bell Globemedia have not taken a position on cross-media ownership beyond what we own. We own a very strong television network and Canada's national newspaper. We think that is a good business to be in. We think Canadians are served very well by that amount of cross-media ownership, with the confines and constraints that we have an absolute separation of our print and broadcast news management.

Senator Munson: Before I pursue any questions, I should say that I have had a long relationship with CTV. It was a good one, except for one fateful day. I will leave it at that, to ensure that that is on the public record. CTV is a good organization and does good work.

You just answered the question briefly on cross-media ownership. When we went across the country, the biggest concerns we heard were from people in Moncton, New Brunswick, vis-à-vis the Irving empire, and from people in Vancouver, vis-à-vis CanWest. Their concerns were that they did not think the news they were getting was diverse enough.

Could you expand more on your views of corporate concentration, media concentration and cross-media owner concentration, in markets like this? Are Canadians being served properly?

Mr. Hurst: Senator Munson, let me speak to the two geographical areas you alluded to. We in the private sector believe in competition. In the Vancouver market, we had a start-up station, VTV. We started it from scratch. In the Vancouver marketplace, where I worked for a few years as the general manager of that station, we took on what is described as the big dog in town — CHAN — now BCTV. In a matter of two or three years, we have attracted more and more viewers, providing people in the lower mainland and across British Columbia with an alternative view of daily news events in that marketplace. That is competition and it is getting better.

When you talk about New Brunswick — the newspapers and radios and Irving ownership — I would suggest that our television voice in New Brunswick is a strong and vibrant television voice

La présidente : Puis-je demander à quelle heure de la journée ces annonces sont diffusées?

M. Hurst : Je ne le sais pas. Si vous le souhaitez, je pourrai certainement vous indiquer ce nous avons fait au cours des six derniers mois ou de la dernière année.

La présidente : Oui, s'il vous plaît.

Le sénateur Phalen : J'ai aussi cru comprendre que le CRTC avait stipulé que vous ne pouviez pas siéger au conseil de rédaction de *Globe and Mail* et vice-versa. Pourriez-vous nous donner votre opinion sur la propriété mixte des médias?

M. Hurst : CTV et Bell Globemedia n'ont pas pris de position sur la propriété mixte des médias au-delà de notre propre situation. Nous possédons un réseau de télévision très vigoureux et un journal national canadien. Nous pensons que c'est un bon domaine d'affaires. Nous estimons que les Canadiens sont très bien servis par la situation actuelle de la propriété mixte des médias, compte tenu qu'il doit exister une séparation absolue entre la direction des services de nouvelles imprimées et télédiffusées.

Le sénateur Munson : Avant de poser mes questions, j'aimerais dire que j'ai une relation de longue date avec CTV. C'est une très bonne relation, à l'exception d'une seule journée fatidique. Je m'en tiendrai à cela, pour que ce soit au compte rendu. CTV est une très bonne organisation et elle fait du bon travail.

Vous venez de répondre brièvement à la question sur la propriété mixte des médias. Quand nous avons voyagé au pays, les plus fortes préoccupations dont nous avons entendu parler émanaient des gens de Moncton, au Nouveau-Brunswick, à l'égard de l'empire Irving, et des gens de Vancouver, à propos de CanWest. Ce qu'ils disaient, c'est qu'ils estimaient que les nouvelles qu'ils entendaient n'étaient pas suffisamment diversifiées.

Pourriez-vous nous en dire plus sur votre opinion à l'égard de la concentration des entreprises, de la concentration des médias et de la concentration de divers types de médias dans des marchés comme celui-ci? Les Canadiens sont-ils bien servis?

M. Hurst : Sénateur Munson, permettez-moi de parler des deux zones géographiques dont vous avez fait mention. Dans le secteur privé, nous croyons en la concurrence. Sur le marché de Vancouver, nous avons lancé une jeune station, VTV, que nous avons créée de toutes pièces. Sur ce même marché, où j'ai travaillé pendant quelques années à titre de gestionnaire général de cette station, nous nous sommes attaqués à ce qui était en ville le gros morceau — CHAN — maintenant BCTV. En l'espace de deux ou trois ans, nous avons attiré de plus en plus de téléspectateurs, offrant aux gens de la région du Lower Mainland et de toute la Colombie-Britannique une autre approche quant aux nouvelles quotidiennes sur ce marché. Il s'agit d'une concurrence qui va devenir de plus en plus intéressante.

Lorsque vous parlez du Nouveau-Brunswick — les journaux, les stations de radio et la propriété Irving — je dirais que notre présence télévisée au Nouveau-Brunswick est forte et dynamique

through ATV. We serve the local marketplace with fierce competition to reflect the news that the viewers in those communities want. We are a big believer in competition.

Senator Munson: We have read your report, Mr. Hurst, dealing with what CTV puts forth every day in terms of *W-FIVE*, *CTV News*, *Newsnet*, which Mr. Haberstroh has, or had, I guess. That is all well and good; it is the Canadian public face of CTV, along with *Canada AM*. However, that seems to be it. There is a lot of American programming. The one great face of CTV is through your news department.

Do you have any intention of expanding or spending more money? Do you have the money to spend, to have perhaps more newscasts? What does the future look like for CTV, besides the American programming and Canadian news?

Mr. Hurst: We are proud of the Canadian news we do. I do not totally agree with your analysis, Senator Munson, on the face of CTV. Your analysis talked about Lloyd Robertson, *Canada AM* and *W-FIVE*. One of the strengths of CTV News is our local stations, where we are doing more local news programming across this country than anybody else. We are doing local break-ins on *Canada AM*. We are doing a full hour at noon. All of our stations, at a minimum, are doing one hour at supertime and a late night wrap-up after Lloyd Robertson. That is pretty important, it seems to me, to reflect the daily news stories of this country.

In terms of expanding, we have expanded our supertime news in several markets of this country from 6 o'clock for an hour, to two hours over supertime. The most watched news area of the broadcast day is supertime news, the six o'clock, the five o'clock news. We are now doing two hours of supertime in key markets. All across the Maritimes, we are doing two hours of supper time. Calgary expanded to two hours a year and a half ago. Our Vancouver station expanded to two hours a year and a half, maybe two years ago. Although we do not have any plans — and these would be corporate secrets — but we are looking market by market to expand our local news operations.

I cannot stress enough that one of the backbones of the CTV network is not only our programming schedule and Canadian programs like *Corner Gas*, which is a breakthrough Canadian program without a dollar of government funding, but also our news and public affairs programming, and nobody does more of this in Canada than we do.

Senator Munson: Is there a level playing field? The CBC has advertising dollars and public dollars competing against the private sector, such as your corporation.

Mr. Hurst: It is never a level playing field when a government outlet is competing in the private sector, but we are happy to compete. We are happy to compete with Global, with the Citytv's,

grâce à ATV. Nous desservons le marché local en intensifiant la concurrence afin de diffuser les nouvelles que souhaitent les téléspectateurs dans ces collectivités. Nous croyons fermement à la concurrence.

Le sénateur Munson : Nous avons lu votre rapport, monsieur Hurst, traitant de ce que CTV présente chaque jour, soit *W-FIVE*, *CTV News*, *Newsnet*, réseau confié à M. Haberstroh, j'imagine, ou qui l'a été. Tout cela est parfait; c'est l'image publique canadienne de CTV, avec *Canada AM*. Toutefois, il ne semble pas y avoir autre chose. La programmation américaine occupe une grande place; votre service de nouvelles est en fait l'image par excellence de CTV.

Avez-vous l'intention de prendre plus d'ampleur ou de dépenser plus d'argent? Avez-vous de l'argent à dépenser, pour peut-être proposer plus de journaux télévisés? À quoi ressemble l'avenir pour CTV, mis à part la programmation américaine et les nouvelles canadiennes?

M. Hurst : Nous sommes fiers des nouvelles canadiennes que nous diffusons. Je ne suis pas complètement d'accord avec votre analyse, sénateur Munson, au sujet de l'image de CTV. Votre analyse fait mention de Lloyd Robertson, *Canada AM* et *W-FIVE*. Nos stations locales sont l'un des points forts de CTV News, puisque nous offrons plus d'émissions de nouvelles locales dans notre pays que n'importe qui d'autre. Nous diffusons des capsules de nouvelles locales sur *Canada AM*. Nous occupons un créneau d'une heure complète à midi. Toutes nos stations font au moins une heure en début de soirée, ainsi qu'une synthèse en fin de soirée après Lloyd Robertson. Il est assez important, me semble-t-il, de diffuser les nouvelles quotidiennes de notre pays.

Pour ce qui est du développement, nous avons prolongé les nouvelles en début de soirée sur plusieurs marchés du pays; elles duraient auparavant une heure à partir de 18 heures et maintenant, durent deux heures. Ce sont les nouvelles en début de soirée qui sont les plus suivies, les nouvelles de 18 heures, de 17 heures. Nous faisons maintenant deux heures en début de soirée sur les marchés clés. Dans toutes les Maritimes, nous faisons deux heures en début de soirée. Calgary dispose de deux heures depuis un an et demi. Notre station de Vancouver est passée à deux heures il y a un an et demi, peut-être deux ans. Même si nous n'avons pas de plans — et il s'agirait de secrets industriels — nous augmentons nos émissions de nouvelles locales en fonction des marchés.

Je ne soulignerais jamais assez que notre programmation et nos émissions canadiennes comme *Corner Gas*, qui est une émission canadienne novatrice, nullement financée par le gouvernement, mais aussi nos émissions de nouvelles et d'affaires publiques, comptent parmi les éléments essentiels du réseau CTV; personne d'autre au Canada ne nous dépasse à cet égard.

Le sénateur Munson : Les chances sont-elles égales? La CBC-SRC dispose de fonds de publicité et de financement public pour soutenir la concurrence avec le secteur privé, comme votre société.

M. Hurst : On ne peut jamais parler de chances égales lorsqu'un média du gouvernement livre concurrence au secteur privé, mais nous sommes heureux de cette concurrence. Nous

the CHUMs, the A-Channels and the CBC, and we at CTV have been very successful in competing with commercial broadcasters and the public broadcaster.

Senator Munson: Through our committee work, we hope to support the industry. I am trying to get your views of where our committee should be going. Should we be minding our own business? Are we minding the business of too many people, in terms of regulation? Does the government have any role to play in the private sector, or should we just stay at home?

Mr. Hurst: That is certainly is an open-ended question.

Senator Munson: That is what we used to ask at CTV.

Mr. Hurst: I am looking to Ms. MacDonald and Mr. Haberstroh to help me on this open-ended question. Nobody wants to be regulated. We are regulated as a broadcast outlet — and I have said to Senator Tkachuk that we think the CRTC generally does a good job in balancing all of these interests and trying to stay ahead of technology. It was CRTC chair Charles Dalfen who, just last Friday at the annual convention of the Radio-Television News Directors Association, in an open forum, said again that nobody wants to be regulated. You do not want to be regulated, but that having been said, we are regulated.

In general, from a regulatory point of view, the less regulation, especially intrusive regulation, the happier we are. We are robust believers in the private sector and that marketplaces, especially in television news, although there may be an imbalance now or within a year or last year, eventually will sort themselves out. That would be the big picture.

I am a bit surprised that in open-ended questions more and more journalists coming before you are not being more specific on the daily issues we have in the trenches about things like freedom of information and the reviews and the overhaul of freedom of information, because there is less openness and freedom of information in this country from the federal to the provincial to the municipal levels than there was before all these acts were brought before Parliament.

Ms. Joanne MacDonald, Vice-President, CTV News: I would say that a number of the issues being brought to the forefront through these discussions, like diversity, the representation of the regions, fairness and balance, are good topics to have discussed among all of us.

Mr. Haberstroh: We understand why we are regulated, but we are doing very well in this environment. If you look at CTV News, we are still number one in every market, and our programming

sommes heureux de soutenir la concurrence avec Global, Citytv, CHUMs, et A-Channels et la SRC; CTV a toujours fort bien réussi à faire concurrence autant aux radiodiffuseurs commerciaux qu'aux radiodiffuseurs publics.

Le sénateur Munson : Notre comité espère appuyer l'industrie grâce à ses travaux. J'essaie d'obtenir vos points de vue quant à l'orientation que devrait prendre notre comité. Devrions-nous nous occuper de nos propres affaires? Nous occupons-nous trop des affaires des gens, en matière de réglementation? Le gouvernement a-t-il un rôle à jouer dans le secteur privé, ou devrions-nous simplement ne rien faire?

M. Hurst : C'est certainement une question ouverte.

Le sénateur Munson : C'est la question que nous avons toujours posée à CTV.

M. Hurst : Je regarde en direction de Mme MacDonald et M. Haberstroh pour qu'ils puissent m'aider à répondre. Personne ne veut être réglementé. Nous sommes réglementés en tant que médias de radiodiffusion — et j'ai dit au sénateur Tkachuk que selon nous, le CRTC fait en général un bon travail, puisqu'il équilibre tous les intérêts en cause et tente d'être à la pointe de la technologie. C'est Charles Dalfen, président du CRTC, qui, vendredi dernier au Congrès annuel de l'Association canadienne des directeurs de l'information en radiotélévision, dans le cadre d'un forum ouvert, a déclaré une fois encore que personne ne veut être réglementé. Personne ne le veut, mais ceci étant dit, nous le sommes.

En général, d'un point de vue de la réglementation, moins il y a de règlements, notamment des règlements interventionnistes, mieux nous nous portons. Nous croyons fermement au secteur privé et pensons que les marchés, surtout dans le domaine des nouvelles télévisées, vont éventuellement s'en sortir, même s'il risque de se produire un déséquilibre aujourd'hui ou d'ici un an. C'est le tableau général que je peux brosser aujourd'hui.

Ce qui me surprend un peu, c'est que dans le cas de questions ouvertes, de plus en plus de journalistes qui comparaissent devant vous ne mettent pas vraiment l'accent sur les questions quotidiennes auxquelles nous sommes confrontés sur la ligne de front, comme par exemple la liberté d'accès à l'information, les examens et la révision de la liberté d'accès à l'information; en effet, on remarque moins d'ouverture et de liberté d'accès à l'information dans notre pays, que ce soit aux niveaux fédéral, provincial ou municipal, qu'avant que le Parlement n'ait été saisi de toutes ces lois.

Mme Joanne MacDonald, vice-présidente, CTV News : Je dirais que parmi les questions dont il est débattu, on peut citer la diversité, la représentation des régions, la justice et l'équilibre; toutes ces questions sont pertinentes.

M. Haberstroh : Nous comprenons pourquoi nous sommes réglementés, mais nous nous en sortons fort bien dans cet environnement. Il suffit de regarder CTV News pour s'apercevoir

does very well. To Mr. Hurst's point, nobody likes regulation; but at the same time, we are doing well. We hope to have continued success in this environment.

Senator Munson: I was curious about a statement you made, Mr. Hurst: We run training programs across the country, including diversity training. Could you be more specific?

Mr. Hurst: Ms. MacDonald is in charge of setting up, overseeing and executing training programs.

Ms. MacDonald: On the diversity front, we have tackled that in a number of ways, both in terms of what you see on the screen and what happens behind the screen. We have had training courses in all our news rooms across the country, in the national news room in Toronto, taking a look at what diversity is, why it is good for our news rooms, why it is important to diversify the faces we put on the air, the people we use in stories, the approach we take to stories, the kind of stories we do. It has been a multifaceted approach to diversity. We have developed a database of experts and commentators. We are up to 1,600 names of people we can use in all kinds of stories, not just stories about diverse communities or particular ethnic groups.

Our approach is multifaceted. We have a full-time diversity producer working out of Toronto who is helping us set up that database, as well as setting up editorial boards, both nationally and across all the stations, where we invite various communities to come in and sit down with the senior management, have lunch, talk about the issues that concern them, how they access the process, how they get their story ideas across to us; and we talk to them about our evaluation of what is a news story and what is not. That process of opening up our doors and inviting people in has brought forward a number of great ideas and committed us to a better relationship with all those communities.

Senator Munson: Is there sensitivity training involved?

Ms. MacDonald: All our new employees go through a day-long workshop to look at diversity and why it is important to the business we do.

Senator Johnson: Could you tell me please what your viewing audience is nationally with icon Lloyd Robertson. You have had some superb anchors over the years, and I know your numbers are very good. What are your national numbers and the numbers in the local regions? Is there a difference, or is it pretty comparable?

Mr. Hurst: I will let Mr. Haberstroh talk briefly about national numbers, and I can offer some thoughts on local.

que nous occupons toujours la première place sur tous les marchés et que notre programmation s'en sort très bien. Pour ce qui est des propos de M. Hurst, personne n'aime la réglementation, mais en même temps, nous nous en sortons bien. Nous espérons continuer de connaître le succès dans cet environnement.

Le sénateur Munson : Vous avez dit, monsieur Hurst, quelque chose qui pique ma curiosité : Nous avons des programmes de formation à l'échelle du pays, y compris une formation sur la diversité. Pourriez-vous donner plus de détails?

M. Hurst : Mme MacDonald est responsable de l'élaboration, du suivi et de l'application de ces programmes de formation.

Mme MacDonald : En ce qui concerne la diversité, nous nous y sommes attaqués de plusieurs façons, que vous pouvez observer à la fois à l'écran et en coulisses. Nous avons des cours de formation dans toutes nos salles de presse à l'échelle du pays, dans la salle de presse nationale à Toronto, pour examiner ce qu'est la diversité, pourquoi c'est un élément positif pour nos salles de nouvelles, pourquoi il est important de diversifier les visages que vous voyez à la télévision, les gens que nous retenons pour nos reportages, l'approche que nous adoptons à cet égard, le genre de reportages que nous diffusons. C'est une approche à plusieurs volets. Nous avons créé une base de données de spécialistes et de commentateurs. Nous avons jusqu'à 1 600 noms de personnes que nous pouvons utiliser dans toutes sortes de reportages, non pas seulement ceux relatifs à la diversité au sein de collectivités ou de groupes ethniques particuliers.

Notre approche est à plusieurs volets. Nous avons à Toronto un producteur à plein temps qui s'occupe de la diversité et nous aide à mettre sur pied cette base de données, ainsi que des comités de rédaction, à l'échelle nationale et dans toutes les stations, où nous invitons des représentants de diverses collectivités à venir rencontrer la gestion supérieure, partager un dîner, parler des questions qui les intéressent, comment ils ont accès au processus, comment ils nous transmettent leurs idées; nous leur parlons de notre évaluation de ce que représente une nouvelle. Le fait d'ouvrir nos portes et d'inviter les gens nous a permis de recueillir plusieurs bonnes idées et nous a incités à établir de meilleures relations avec toutes ces collectivités.

Le sénateur Munson : Offrez-vous des cours de sensibilisation?

Mme MacDonald : Tous nos nouveaux employés suivent un atelier d'une journée consacrée à la diversité, ce qui permet de souligner pourquoi il s'agit d'un élément important pour notre travail.

Le sénateur Johnson : Pourriez-vous me dire le nombre de téléspectateurs à l'échelle nationale qui suivent le présentateur vénéré qu'est Lloyd Robertson? Vous avez eu d'excellents présentateurs-vedettes au fil des ans et je sais que vos résultats sont très bons. Quels sont vos chiffres nationaux et locaux? Y a-t-il une différence ou sont-ils assez comparables?

M. Hurst : Je vais laisser M. Haberstroh parler brièvement des chiffres nationaux et je vous ferai part de certaines de mes idées sur les chiffres locaux.

Mr. Haberstroh: I can give you Nielsen ratings. These are season to date, from the beginning of the viewing season, which we regard as September 13.

The BBM meters in all those homes, this is Monday to Friday, average minute audience for *CTV News* is just over 1 million — it is 1.01 million viewers. *The National* with the CBC network news is 794,000; and *Global National*, according to BBM, is 737,000. We are pretty happy with those numbers.

Mr. Hurst: Senator Johnson, we do not have this amount of detail on the local side, but let me give you a market-by-market overview. As I said earlier, the viewership of news programming in Canada is heaviest at supertime hours in every market. When you add all those together, CTV's average evening newscast is about 1,600,000 viewers. This is Max Keeping here in Ottawa, and Darrel Janz and Barb Higgins in Calgary. In Atlantic Canada, we have a dominant share. I do not know precisely what it is. In Montreal, we have a dominant share. In Ottawa, we have a dominant share. The Toronto marketplace had been a very competitive marketplace. It is a horse race between CTV Toronto and Global, CTV Toronto being the winner.

We are dominant in Winnipeg. In Edmonton, there is a very close supertime news war between CTV and Global. In Calgary, CTV and Global are in a war; and in Vancouver, Global is number one and we are coming on number two.

Senator Johnson: From what you told me, it is fair to say you have the largest viewing audience in the country, both nationally and provincially.

Mr. Hurst: Both locally and nationally in every single market.

Senator Johnson: I know this to be true in Winnipeg. I wanted to know about the rest of the country.

What about the rumours and stories in the media that BCE is about to sell Bell Globemedia? Would you comment on those rumours?

Mr. Hurst: We hear the rumours as well, and we are not a party to any of those discussions. We run the news division day in and day out. We cover these stories if they are newsworthy, but we are not a party to any of those discussions.

Senator Johnson: You are not affected by the uncertainty of your ownership at this point?

Mr. Hurst: No.

Senator Johnson: With respect to the *National Post* — *The Globe and Mail* was the only national paper for many years. Has this competition changed your operations in any way?

Mr. Hurst: The advent of the *National Post*? I would not say so. The *National Post* came on the scene, and we continued to do what we do every day, local and national news. There was no

M. Haberstroh: Je peux vous donner les cotes Nielsen, qui visent la saison, à partir du début de la saison, soit le 13 septembre.

D'après BBM, dans tous ces foyers, du lundi au vendredi, la cote d'écoute en moyenne pour *CTV News* équivaut à un peu plus d'un million — 1,01 million de téléspectateurs. Pour *The National* du réseau CBC, cette cote s'élève à 794 000; pour *Global National*, selon BBM, il s'agit de 737 000 téléspectateurs. Nous sommes assez satisfaits de ces chiffres.

M. Hurst: Sénateur Johnson, nous n'avons pas autant de détails pour les stations locales, mais permettez-moi de vous en donner un aperçu par marché. Comme je l'ai dit plus tôt, les téléspectateurs des nouvelles au Canada sont les plus nombreux en début de soirée sur chaque marché. Lorsqu'on en fait le total, en moyenne, 1 600 000 téléspectateurs regardent les nouvelles du soir. Les présentateurs sont Max Keeping à Ottawa, Darrel Janz et Barb Higgins à Calgary. Dans le Canada atlantique, nous dominons le marché. Je ne sais pas précisément quels en sont les chiffres. À Montréal, nous dominons le marché, tout comme à Ottawa. Le marché de Toronto est très concurrentiel, puisqu'il s'agit d'une course effrénée entre CTV Toronto et Global, CTV Toronto l'emportant.

Nous dominons le marché à Winnipeg. À Edmonton, la concurrence est féroce pour les nouvelles en début de soirée entre CTV et Global. À Calgary, CTV et Global se livrent une guerre sans merci et à Vancouver, Global arrive au premier rang et nous, au second.

Le sénateur Johnson: D'après ce que vous me dites, on peut dire que vous disposez du plus grand nombre de téléspectateurs au pays, autant à l'échelle nationale que provinciale.

M. Hurst: C'est exact, dans chacun des marchés.

Le sénateur Johnson: Je sais que c'est vrai dans le cas de Winnipeg, je voulais simplement savoir ce qu'il en était du reste du pays.

Qu'avez-vous à dire au sujet des rumeurs et des articles dans les médias selon lesquels BCE est sur le point de vendre Bell Globemedia? Que pouvez-vous dire à ce sujet?

M. Hurst: Nous sommes au courant de ces rumeurs et nous ne participons absolument pas à quelque discussion que ce soit. Nous nous occupons des nouvelles jour après jour. Nous couvrons ces événements s'ils en valent la peine, mais nous ne participons à aucune de ces discussions.

Le sénateur Johnson: L'incertitude quant à votre propriétaire ne vous touche pas pour l'instant?

M. Hurst: Non.

Le sénateur Johnson: En ce qui concerne le *National Post* — *The Globe and Mail* a été le seul quotidien national pendant de nombreuses années. Cette concurrence a-t-elle modifié vos activités?

M. Hurst: La venue du *National Post*? Je dirais que non. Le *National Post* est arrivé sur la scène et nous avons continué à faire ce que nous faisons chaque jour, les nouvelles locales et

defensive or offensive strategy. Newspapers and television are separate beings in terms of delivering the news. We believe greatly in media literacy, but it really meant nothing to us on the television side.

Senator Tkachuk: You mentioned earlier about reporters that you use. Do you use *National Post* reporters?

Mr. Hurst: Yes, on our public affairs program. Joanne MacDonald is also the producer of our Sunday program *Question Period*.

Senator Johnson: That is a very good show.

Ms. MacDonald: We try to diversify the voices on the journalist panel at the end of the show. It could be Don Martin from the *National Post*, or Susan Delacourt or Tonda McCharles from *The Toronto Star*, or Rob Russo from Canadian Press. We try to have a variety of voices take part in that panel in order to have a variety of viewpoints every week.

Senator Tkachuk: Do you use *National Post* reporters on your newscasts?

Mr. Hurst: We would not use *National Post* or Global reporters on our newscasts, as they are direct competitors to us. We are talking about using other journalists, especially here in Ottawa, to comment on political events going on in the day. Generally, it is inappropriate in our news coverage for journalists to be interviewing other journalists.

Senator Johnson: Since you have had this link with *The Globe and Mail*, have your operations changed?

Mr. Haberstroh: No, they have not changed at all. The management and assignment structures between CTV and *The Globe and Mail* are totally and completely separate. Our operations really have not changed at all. We still go out and chase our stories; they go out and chase their stories.

Mr. Hurst mentioned that we do get *The Globe and Mail* schedule every day — so we know what they are up to. We let them know what we are up to. *The Globe and Mail* schedule is one of many story sources we have. We use many sources to come by tips and potential stories, such as our bureaux, our affiliates, ABC, the Canadian Press and Reuters.

Senator Johnson: Have you increased the number of journalists you have from five years ago, given the vast area you are covering now?

Mr. Hurst: We do not have a precise number on that, but absolutely. We have opened more foreign bureaux; we have more journalists in the field. CTV has grown in the last — you talk about five years — absolutely five years.

nationales. Nous n'avons pas opté pour une stratégie défensive ou offensive. Les journaux et la télévision sont distincts en ce qui concerne les nouvelles. Nous croyons fortement aux connaissances médiatiques, mais cela n'a eu aucune importance pour nous du côté de la télévision.

Le sénateur Tkachuk : Vous avez parlé un peu plus tôt des reporters que vous utilisez. Faites-vous appel aux reporters du *National Post*?

M. Hurst : Oui, pour notre émission d'affaires publiques. Joanne MacDonald est également productrice de notre émission du dimanche *Question Period*.

Le sénateur Johnson : C'est une excellente émission.

Mme MacDonald : Nous essayons de diversifier les voix du panel de journalistes à la fin de l'émission. Il peut s'agir de Don Martin, du *National Post*, de Susan Delacourt ou de Tonda McCharles, du *Toronto Star*, ou de Rob Russo, de la Presse canadienne. Nous essayons d'avoir des journalistes différents au sein de ce panel afin d'avoir chaque semaine une diversité de points de vue.

Le sénateur Tkachuk : Avez-vous recours aux services de reporters du *National Post* pour vos journaux télévisés?

M. Hurst : Nous ne faisons pas appel aux reporters du *National Post* ou de Global puisqu'ils sont en directe concurrence avec nous. Nous voulons parler d'autres journalistes, surtout à Ottawa, qui peuvent commenter ce qui se passe sur la scène politique dans la journée. En général, il ne convient pas que des journalistes interviewent d'autres journalistes dans notre couverture de nouvelles.

Le sénateur Johnson : Depuis que vous êtes reliés à *The Globe and Mail*, vos activités ont-elles changé?

M. Haberstroh : Non, pas du tout. Les structures de gestion et d'affectation entre CTV et le *Globe and Mail* sont complètement distinctes. Nos activités n'ont véritablement pas changé du tout. Nous sommes toujours à la recherche de nouvelles et de reportages, comme eux.

M. Hurst a indiqué que nous recevons le programme de *The Globe and Mail*, chaque jour — par conséquent, nous savons où ils en sont. Nous leur faisons savoir où nous en sommes également. Le programme le *Globe and Mail* représente l'une des nombreuses sources dont nous disposons. Nous utilisons de nombreuses sources pour obtenir des tuyaux et des reportages éventuels, comme par exemple nos bureaux, nos filiales, ABC, la Presse canadienne et Reuters.

Le sénateur Johnson : Avez-vous augmenté le nombre de journalistes par rapport à il y a cinq ans, compte tenu de la vaste superficie que vous couvrez actuellement?

M. Hurst : Nous n'avons pas de chiffres précis, mais bien sûr que oui. Nous avons ouvert plus de bureaux à l'étranger et nous avons plus de journalistes sur le terrain. CTV a pris de l'ampleur au cours des — vous parlez de cinq ans — absolument, au cours des cinq dernières années.

Senator Johnson: How long will *W-FIVE* last? I believe it has been on the air now for 40 years.

Ms. MacDonald: Next year, it will be 40 years.

The Chair: I should like to know the number of journalists you have. If you do not have that information with you, please provide it in writing.

Mr. Hurst: Let me offer a verbal response. We have across our system about 950 journalists. I am a little hesitant. I do not know whether that is a commercial secret against CanWest, so I just offer that, senator.

The Chair: It would not be a secret to anybody in the respective newsrooms on the local level.

Mr. Hurst: Quite right.

The Chair: I should like to understand the structure a little more. When you refer to 11 local newsrooms, those are the newsrooms of the local stations?

Mr. Hurst: Those are the big city newsrooms.

The Chair: Do they report to you, or do they report to the local station management?

Mr. Hurst: The news directors report directly to the local station management. Their objective is to be hyper-local, to cover their community. I have a dotted line to each local news director for standards, joint cooperation, delivering materials across the country. Last week, we sat with our local news directors for a day and a half of meetings. We were exchanging stories and story ideas and going over issues and problems in each market. Every local newsroom and local news director is directly assigned to the local station management.

The Chair: The news directors who report directly to you are the network people, like Ms. MacDonald and Mr. Haberstroh, and through them I assume the national network reporters.

Mr. Hurst: Correct.

The Chair: How many are there of them? I am not sure exactly what the labels on the little boxes in your chart are. I am just trying to understand how it all hangs together.

Ms. MacDonald: They would all report through us. Todd Battis is a reporter in Vancouver, and he would report through the domestic desk through Mr. Haberstroh and then to Mr. Hurst.

The Chair: Approximately how many journalists do you have on tap for the network?

Mr. Haberstroh: Approximately 15.

Le sénateur Johnson : Combien de temps va durer *W-Five*? Si je ne me trompe, cette émission est diffusée depuis maintenant 40 ans.

Mme MacDonald : L'année prochaine, ce sera son 40^e anniversaire.

La présidente : J'aimerais connaître le nombre de journalistes que vous avez. Si vous n'avez pas cette information ici, veuillez nous la transmettre par écrit.

M. Hurst : Je veux répondre tout de suite. Nous avons dans tout notre réseau près de 950 journalistes. J'hésite quelque peu. Je ne sais pas s'il s'agit d'un secret industriel par rapport à CanWest, si bien que je ne vais pas en dire plus, sénateur.

La présidente : Ce ne serait pas un secret dans les salles de nouvelles locales.

M. Hurst : C'est tout à fait exact.

La présidente : J'aimerais comprendre la structure un peu plus. Lorsque vous parlez des 11 salles de nouvelles locales, s'agit-il des salles de nouvelles des stations locales?

M. Hurst : Il s'agit des salles de nouvelles des grandes villes.

La présidente : Relèvent-elles de vous ou de la gestion de la station locale?

M. Hurst : Les directeurs de l'information relèvent directement de la gestion de la station locale. Leur objectif, c'est d'être essentiellement local, de couvrir leur collectivité. Une ligne pointillée relie chaque directeur local de nouvelles à moi, en ce qui concerne les normes, la coopération, la livraison de documents dans le pays. La semaine dernière, nous avons passé une journée et demie de réunions avec nos directeurs locaux de l'information. Nous avons échangé des projets et des idées tout en nous intéressant aux questions et aux problèmes de chaque marché. Chaque salle de nouvelles locale et chaque directeur local de l'information relèvent de la gestion de la station locale.

La présidente : Les directeurs de l'information qui relèvent directement de vous sont les gens du réseau, comme Mme MacDonald et M. Haberstroh et, par leur entremise, j'imagine les reporters du réseau national.

M. Hurst : C'est exact.

La présidente : Combien y en a-t-il? Je ne comprends pas vraiment les étiquettes dans les petites cases de votre tableau. J'essaie simplement de comprendre comment tout cela tient debout.

Mme MacDonald : Ils relèvent tous de nous. Todd Battis qui est reporter à Vancouver relève du bureau national, de M. Haberstroh et ensuite de M. Hurst.

La présidente : Combien avez-vous de journalistes environ qui sont immédiatement disponibles pour le réseau?

M. Haberstroh : Environ 15.

Senator Munson: There was a great deal of fanfare when BCE bought CTV and opened up bureaus around the world. Do those same bureaus still exist? Did you expand them, or are there less reporters?

Mr. Hurst: The job of our news organization is to put journalists where there is news. We opened a bureau in Australia, but because we were getting little production out of Australia and we had an imminent Iraq war coming, we closed the Australia bureau and moved the resources to Baghdad.

Senator Munson: I ask that because when CanWest was here, their position — which I disagree with — is that they have no intention of having foreign bureaus. They believe that it is sufficient just to walk into a place where news is happening, a tsunami or whatever. Having been a foreign correspondent for almost 10 years, my position is that you do not know the lay of the land or understand the people or the culture unless you are on the ground.

One of my biggest worries and concerns with present-day journalism is that we may lose the fact that a Hurst was in Moscow or China and other places. CTV will continue to expand. What do you think of CanWest's position?

Mr. Hurst: I will not comment directly on CanWest's position. Let me comment on your statement.

We believe in this news organization that it is important to have Canadian eyes overseas to tell international stories through Canadian eyes. I have been in several foreign bureaus as the resident correspondent. I am thinking of the burning down of the Russian White House, which was a dramatic and intense story with the new Russia on the brink. The resident correspondents were there. We were flooded with reporters sent across the pond from Canada and the United States, and they were asking their taxi drivers for background. It is not good journalism.

The Chair: Are your nine foreign bureaus all up and running or are any of them dark?

Mr. Hurst: They are all up and running.

The Chair: I will go now to the matter of the CRTC. There was a complaints committee set up as part of the arrangement when Globemedia was created. Who are the members of that committee? I understand that there has never been a complaint, but nonetheless you are required to have a committee.

Mr. Hurst: Gail Scott, from Toronto, was chairman of the committee, Jon Festinger was from Vancouver, and there was a third person, but I cannot remember the name.

The Chair: You can let us know that.

Mr. Hurst: This complaints committee was suspended about two years ago. The obligation to handle complaints was handed to the Canadian Broadcast Standards Council, which is why my memory is a bit hazy. The committee that was originally set up after our licence renewal has now been disbanded. In our licence,

Le sénateur Munson : L'achat de CTV et l'ouverture de bureaux dans le monde entier par BCE a fait beaucoup de bruit. Est-ce que ces bureaux existent toujours? Les avez-vous agrandis ou y a-t-il moins de reporters?

M. Hurst : La tâche de notre réseau de nouvelles consiste à affecter les journalistes là où se joue l'actualité. Nous avons ouvert un bureau en Australie, puis nous l'avons fermé et avons muté les gens à Bagdad étant donné que nous produisions peu en Australie et qu'une guerre était imminente en Irak.

Le sénateur Munson : Je pose cette question parce que, lorsqu'ils ont comparu devant nous, les représentants de CanWest ont indiqué — et je ne souscris pas à leur position — qu'ils n'avaient nullement l'intention d'ouvrir des bureaux à l'étranger. Selon eux, on peut tout simplement attendre et se rendre sur place au besoin, par exemple lorsqu'il se produit un tsunami. Ayant été correspondant à l'étranger pendant près de 10 ans, je crois que vous ne pouvez pas connaître un pays, ses habitants ou sa culture à moins d'y séjourner.

L'une des pires craintes que m'inspire le journalisme moderne, c'est qu'on n'affectera peut-être plus un Hurst à Moscou, en Chine ou ailleurs. CTV continuera à prendre de l'expansion. Que pensez-vous de la position de CanWest?

M. Hurst : Je n'aborderai pas directement la position de CanWest. Je me contenterai de donner suite à vos propos.

Nous croyons qu'il est important que des journalistes canadiens soient affectés à l'étranger pour nous faire le compte rendu de l'actualité internationale. J'ai travaillé dans plusieurs bureaux à l'étranger à titre de correspondant permanent. Je pense à l'incendie qui a ravagé la Maison-Blanche russe, ce qui fut un événement dramatique considérable à l'aube de l'avènement de la nouvelle Russie. Les correspondants permanents étaient sur place. D'autres journalistes avaient été dépêchés du Canada et des États-Unis. Ils demandaient à leurs chauffeurs de taxi de leur préciser le contexte. Ce n'est pas du bon journalisme.

La présidente : Vos neuf bureaux à l'étranger fonctionnent-ils tous activement? Certains sont-ils en veilleuse?

M. Hurst : Ils fonctionnent tous activement.

La présidente : Passons maintenant à la question du CRTC. Un comité des plaintes a été constitué dans le cadre de l'entente intervenue lors de la création de Globemedia. Qui fait partie de ce comité? Je crois comprendre qu'il n'a été saisi d'aucune plainte. Cependant, un tel comité est obligatoire.

M. Hurst : Gail Scott, de Toronto, était présidente du comité. Les membres sont Jon Festinger, de Vancouver, et une troisième personne dont j'ai oublié le nom.

La présidente : Vous pourrez nous le préciser ultérieurement.

M. Hurst : Les activités du comité ont été suspendues il y a environ deux ans. Le traitement obligatoire des plaintes a été confié au Conseil canadien des normes de la radiotélévision. C'est pourquoi ma mémoire est un peu chancelante. Le comité qui avait été constitué initialement après le renouvellement de notre licence

there was the ability to put this complaint process under the auspices of the Broadcast Standards Council, and that was done. That is why my memory of the three people is a bit fuzzy.

The Chair: I was looking at the conditions of licence for CTV television stations at the time when the licence was renewed in 2001. They went on at great length. However, I was struck by the fact that although it gets into great detail about the kind of priority programming — how many hours and how many dollars and what time of day and whatnot — the definition of priority programming categories are Canadian drama, Canadian music, dance and variety, Canadian long-form documentaries, Canadian regionally produced programs in all categories other than news and information and sports, and Canadian entertainment magazine programs. Then, as I say, it goes on at great length about all the things that must be done under all the headings — when you have to do children's programming and category 2b, long-form documentaries, between 7 and 11 — there is a lot of detail.

However, there is nothing in there about news. In fact, news and information are explicitly excluded from priority programming categories. Why is that? Second, does that omission have an impact on the way CTV envisages its business planning?

Mr. Hurst: We believe that the CRTC views CTV News as a strong news organization producing an enormous amount of local and national news. In previous licences of the CTV network, going back 10, 15, 20 years, there were requirements, as conditions of licence, to produce a certain amount of local or national news programming.

When we went before the commission in 2001, we believe it was enormously satisfied with CTV News' commitment to local, national and international news, and did not require a condition of licence be set on CTV News' commitment to produce local/national news and coverage from around the world.

The Chairman: What do you think would happen if the network decided that it needed to save a whole lot of money and the place to do that was in news?

Mr. Hurst: It is a speculative question.

The Chairman: It is, but it is not a lunatic question. Look at what has happened in private radio, for example, where there has been a huge pull back from news.

Mr. Hurst: I can only tell you what our situation is today and what the recent history is. The situation today is that CTV News is a strong organization and that we are growing our news outlets and our news properties, both on the conventional station and on our specialty channel, Newsnet. I also would make reference to

n'existe plus. Conformément à notre licence, nous pouvions confier le traitement des plaintes au Conseil canadien des normes de la radiotélévision, et c'est ce qui a été fait. C'est pourquoi je ne me rappelle pas parfaitement des trois personnes siégeant à ce comité.

La présidente : J'examinais les conditions de licence des stations de CTV lorsque celles-ci ont été renouvelées en 2001. Ces conditions étaient nombreuses. Cependant, je fus surprise de constater que, même si les conditions précisaient exhaustivement les priorités en matière de programmation — nombre d'heures, montant d'argent et créneaux, etc. —, on énumérait également les catégories d'émissions prioritaires : les dramatiques canadiennes, les émissions de musique et de danse ainsi que les émissions de variétés canadiennes, les documentaires canadiens de longue durée, les émissions canadiennes produites en région dans toutes les catégories autres que Nouvelles et information et Sports, de même que les magazines de divertissement canadiens. Puis, on y énonce exhaustivement, je le répète, toutes les conditions qui doivent être satisfaites aux différentes rubriques, notamment lorsque vous devez diffuser les programmes à l'intention des enfants et les émissions de la catégorie 2b, c'est-à-dire les documentaires de longue durée, entre 7 heures et 11 heures. Il y a beaucoup de détails.

Cependant, il n'y a rien concernant les actualités. En fait, les émissions d'information et les bulletins de nouvelles ne font pas partie des catégories d'émissions prioritaires. Pourquoi? En outre, une telle omission se répercute-t-elle sur la façon dont CTV envisage son plan d'activités?

M. Hurst : Nous croyons que, selon le CRTC, CTV News est un solide réseau d'information qui produit énormément de bulletins d'actualités locales et nationales. Lors des renouvellements antérieurs de la licence de CTV, c'est-à-dire il y a 10, 15 ou 20 ans, les conditions de licence obligeaient de diffuser des bulletins de nouvelles locales, nationales ou internationales.

Lorsque nous nous sommes présentés devant le conseil en 2001, nous croyions que celui-ci était convaincu que CTV News avait à cœur les nouvelles locales, nationales et internationales, et qu'il n'était pas nécessaire d'établir comme condition de licence qu'il devait produire des bulletins de nouvelles locales, nationales et internationales.

La présidente : Que se passerait-il, selon vous, si le réseau décidait qu'il devait économiser beaucoup d'argent et qu'il le ferait au détriment des nouvelles?

M. Hurst : C'est une question purement hypothétique.

La présidente : Vous avez raison, mais ce n'est pas une question irrationnelle. Songez à ce qui est arrivé à la radio privée notamment, qui fait beaucoup moins de place à l'actualité.

M. Hurst : Je peux uniquement vous parler de notre situation actuelle et du passé récent. Actuellement, CTV News est solide, et nous augmentons le nombre de nos bureaux de presse et de nos services de nouvelles à la fois sur le réseau traditionnel et notre canal spécialisé, Newsnet. Je voudrais également parler du Report

Report on Business Television. Both of those channels are quite young and yet to make a robust impact on the Canadian marketplace.

The Chairman: Is news a profit centre for CTV?

Mr. Hurst: Yes. I hesitate somewhat, because some of our newscasts or news operations or public affairs shows are not profitable, perhaps lose some money. Generally, however, news is a profit centre. Nevertheless, when we are faced with the enormous costs of breaking stories like the pope's death or the tsunami, where we are confronted with immediate requirements for \$2 million or \$3 million, that will reflect on the balance sheet of the national news, for example, at the end of the year.

The Chairman: I assume that the network believes it is a solid investment in future returns.

Mr. Hurst: Yes.

Senator Chaput: On page 4 of your presentation, you talk about your commitment to Canadian news and about having to go to the CRTC about a year ago for an amendment to your licence. Having been done, you are now working on new programs, if I may call them that.

Do you foresee in the future that you might have to go back and ask for other amendments to your licence because of the reality today, the head-to-head with American broadcasting? Do you foresee that there might be other needs?

Mr. Hurst: Senator, we do not foresee it, but I would not want to say, never. We have been given some licence amendments and we are going to make the best of our new licensing conditions for Newsnet to provide a strong and viable service to win viewers back from CNN.

Senator Chaput: Did you get most of the changes that you wanted?

Mr. Hurst: Yes, we did.

Senator Chaput: All of them.

Mr. Hurst: Yes, all that we asked for.

Senator Tkachuk: I want to thank CTV, unlike *60 Minutes*, for changing the anchors at *W-FIVE* every decade or so.

I want to get back to CTV as an alternative to CBC — and now Global is in the picture and there are independents, as well. In what cities do you have independent competition in television that are also pretty good news providers?

Mr. Hurst: Independent competition meaning not affiliated with a network?

Senator Tkachuk: Yes. Vancouver, I think, and Toronto; is that right?

on Business Television. Ces deux canaux sont assez jeunes et n'occupent pas encore un créneau important du marché canadien.

La présidente : Les bulletins de nouvelles sont-ils rentables pour CTV?

M. Hurst : Oui. Cependant, j'hésite un peu car certains de nos journaux télévisés, de nos émissions d'actualités ou de nos programmes d'affaires publiques ne sont pas rentables. Nous perdons peut-être un peu d'argent. En règle générale, les nouvelles sont cependant rentables. Néanmoins, nous devons engager des coûts énormes pour couvrir les nouvelles de dernière heure comme le décès du pape ou le tsunami. Il faut alors déboursier immédiatement 2 ou 3 millions de dollars, ce qui se répercute sur le bilan de nos émissions d'actualités nationales, notamment, à la fin de l'année.

La présidente : Je présume que le réseau croit que c'est un investissement lucratif.

M. Hurst : Effectivement.

Le sénateur Chaput : À la page 4 de votre exposé, vous indiquez que vous avez à cœur les actualités canadiennes et ajoutez que vous avez dû demander au CRTC, il y a un an, la modification de votre licence. Dorénavant, vous travaillez à de nouvelles émissions, si je peux m'exprimer ainsi.

Estimez-vous que vous devrez peut-être demander de nouvelles modifications à votre licence en raison de la situation actuelle, la concurrence directe des diffuseurs américains? Prévoyez-vous d'autres besoins éventuels?

M. Hurst : Nous ne le prévoyons pas, mais je ne voudrais pas dire jamais. Notre licence a été modifiée, et nous nous efforcerons de respecter à la lettre nos nouvelles conditions de licence afin que Newsnet offre un service viable et solide pour reconquérir les téléspectateurs qui écoutent CNN.

Le sénateur Chaput : Avez-vous obtenu la plupart des changements que vous souhaitiez?

M. Hurst : Oui.

Le sénateur Chaput : Tous?

M. Hurst : Nous avons obtenu tout ce que nous avons demandé.

Le sénateur Tkachuk : Je veux remercier CTV qui change le chef d'antenne de *W-FIVE* tous les 10 ans environ, contrairement à ce qui se passe pour l'émission *60 Minutes*.

Je voudrais revenir à la question de CTV comme solution de rechange à la CBC. Il y a également Global et trois réseaux indépendants. Dans quelles villes subissez-vous la concurrence des réseaux de télévision indépendants qui diffusent également des bulletins de nouvelles assez pertinents?

M. Hurst : Lorsque vous parlez de concurrents indépendants, vous entendez par là qu'ils ne sont pas affiliés à un réseau?

Le sénateur Tkachuk : Oui. Je pense que c'est Vancouver et Toronto, n'est-ce pas?

Mr. Hurst: We do not consider the CHUM group to be independent. This is the A-Channel CHUM group that are now just merging and are ready to relaunch in Edmonton, Calgary and Vancouver under the CHUM banner — although I think they relaunched under Citytv Vancouver about a year ago.

There is Toronto 1. We have independent competition in the interior of British Columbia. In the lower mainland in Vancouver, there is an independent coming out of Bellingham, Washington. There are two stations on the island. One is a CHUM station and one is a Global station, but they are doing their own thing coming into the Vancouver market. There is the Channel M in Vancouver.

Senator Tkachuk: Quite a few.

Mr. Hurst: Yes.

Senator Tkachuk: CBC has said that if they go back into local news programming, something they abandoned a number of years ago, they will be coming to Parliament to ask for more money — which I have no doubt will be the case. We have a fairly mature television industry in this country. Do you think that, from a public policy point of view, Parliament should be authorizing money to open up local news operations that are owned by the state?

Mr. Hurst: We are fierce believers in free enterprise. We will compete with whomever is there. Your question is right. What is the public policy reason that the CBC should re-enter local television news across Canada? I would only make the reflective comment that, when they left local news seven years ago, their ratings and their viewership was so small that I do not think anybody even noticed, except for two places — Charlottetown, Prince Edward Island, and St. John's, Newfoundland, where they were very strong and a dominant broadcaster and provided excellent service.

Senator Tkachuk: Do you think there is a need for CBC television at all?

Mr. Hurst: I feel very uncomfortable with these questions about our direct competitor.

Senator Tkachuk: You are a citizen, and pay taxes as do I and as does everybody else in the country. Corporations pay taxes. Do you think we should be funding a state television network? To me, it is obscene, but many people love CBC.

Mr. Hurst: We at CTV News do not take any positions. We do not have any editorial policies that directly present opinions or editorials on the air. We are running CTV News.

The CBC is a good journalistic news organization. My personal view is that there is a place for public broadcasting in Canada, but we are fierce believers in the private sector. I prefer to leave it at that.

Senator Tkachuk: I will ask you the same questions that I asked the editor of *The Globe and Mail* when he was here. Has the CTV newsroom decided that the Senate is irrelevant?

M. Hurst : Nous ne considérons pas que CHUM est un réseau indépendant. Ce sont les stations A-Channel, qui se fusionnent et qui sont prêtes à diffuser de nouveau à Edmonton, à Calgary et à Vancouver sous la bannière de CHUM, même si je pense que c'était sous la bannière de Citytv Vancouver il y a environ un an.

Il y a Toronto 1. Des stations indépendantes nous livrent de la concurrence en Colombie-Britannique. Dans le Lower Mainland, à Vancouver, une station indépendante diffuse de Bellingham dans l'État de Washington. Il y a deux stations sur l'île. L'une appartient à CHUM et l'autre à Global, mais elles évoluent indépendamment sur le marché de Vancouver. Il y a le Channel M à Vancouver.

Le sénateur Tkachuk : C'est un nombre assez élevé.

M. Hurst : Effectivement.

Le sénateur Tkachuk : La CBC a indiqué que, si elle revenait aux émissions d'actualités locales, ce qu'elle a abandonné il y a plusieurs années, elle demanderait davantage de crédits au Parlement, et je ne doute nullement que c'est ce qu'elle fera. Au Canada, l'industrie télévisuelle est assez bien développée. Sur le plan de la politique d'intérêt public, croyez-vous que le Parlement devrait accorder davantage de crédits pour favoriser les émissions d'actualités locales d'un réseau qui appartient à l'État?

M. Hurst : Nous croyons farouchement à la libre entreprise. Nous ne craignons nullement la concurrence de quiconque. Votre question est pertinente. Pour quel motif de politique d'intérêt public la télévision de la CBC devrait-elle revenir aux émissions d'actualités locales? Je vous signalerai simplement que, lorsqu'elle a abandonné ce créneau il y a sept ans, leurs cotes d'écoute avaient tellement chuté que personne ne l'avait même remarqué. Il y a cependant deux exceptions : Charlottetown, à l'Île-du-Prince-Édouard, et St. John's, à Terre-Neuve. Elle y était le principal diffuseur et fournissait un excellent service.

Le sénateur Tkachuk : Croyez-vous que la télévision de la CBC soit nécessaire?

M. Hurst : Ces questions sur notre concurrent direct me mettent mal à l'aise.

Le sénateur Tkachuk : Vous êtes un citoyen et un contribuable, tout comme moi et tous les autres Canadiens. Les sociétés paient des impôts. Croyez-vous que nous devrions financer un réseau de télévision public? Je trouve cela scandaleux, mais nombreux sont ceux qui aiment la CBC.

M. Hurst : À CTV News, nous ne prenons pas position. Nous n'avons établi aucune politique en matière d'éditorial pour exposer et diffuser nos opinions. Nous exploitons CTV News.

La CBC est un bon média d'information. Je suis d'avis qu'il y a de la place pour un diffuseur public au Canada, mais nous croyons farouchement à l'entreprise privée. Je préfère ne pas en dire davantage.

Le sénateur Tkachuk : Je vais vous poser les mêmes questions que celles que j'ai adressées au rédacteur en chef du *Globe and Mail* lorsqu'il a comparu devant nous. La salle de presse de CTV a-t-elle décidé que le Sénat est inutile?

Mr. Hurst: No. We have made no such decision. We have made no editorial policies in such a way, and we do not give editorials.

Senator Munson: Perhaps this question should be directed to a more corporate person at Bell Globemedia. Do you have a view on the existing regulations with regard to foreign ownership, and on easing those restrictions or keeping them? I ask that because I would think that, if your company were sold, they would want to sell to it to the highest bidder, whoever will spend the most money.

Mr. Hurst: I am not aware that either Bell Globemedia or BCE has a position on levels of foreign ownership of a television outfit.

Senator Munson: Have you checked?

Mr. Hurst: I know we do not have a position on it.

Senator Munson: Does the parent company?

Mr. Hurst: I do not think the parent company has a position on this either.

Senator Munson: Just to follow up on the chair's question on profit, is a news department expected to make a certain profit each year? When you become part of a bigger corporation, is there a certain level or threshold that you have to live up to?

In the old days — and I hate to talk about the old days — you could make whatever you want and spend almost whatever you want, as long as you made a profit. Is there a certain level or threshold that you have to live up to, and if you do not live up to it there will be cuts?

Mr. Hurst: The news department is expected to make a profit, of course. We are in private industry and news is profitable. Is there a specific threshold that each show, station or platform must live up to? No, there is not.

Senator Munson: As a journalist, you do not get up every day hoping to make a profit. You get up every day hoping for a good news story.

Mr. Hurst: As journalists, all three of us get up every day to chase the best news story in the country.

Senator Munson: When you talk about being profitable, are your profitability figures on the public record? How profitable is the news division?

Mr. Hurst: That information is not on the public record. I believe the top line numbers for all specialty channels in Canada are available on the public record, but I do not believe the CRTC breaks out our filings on conventional television.

Senator Munson: Do you have a code of ethics or written principles akin to the Atkinson principles, for example, at

M. Hurst : Non, nous n'avons pas pris une telle décision. Nous n'avons aucune politique en matière d'éditorial et nous n'en diffusons aucun.

Le sénateur Munson : Je devrais peut-être poser ma question à un propriétaire de Bell Globemedia. Que pensez-vous de la réglementation actuelle sur la propriété étrangère et sur l'assouplissement des restrictions à ce chapitre? Je vous le demande parce que, si votre entreprise était vendue, je pense qu'elle voudrait obtenir le meilleur prix, quelle que soit l'origine de l'acheteur.

M. Hurst : J'ignore si Bell Globemedia ou BCE ont adopté une position sur les niveaux de propriété étrangère dans le domaine de la télévision.

Le sénateur Munson : L'avez-vous vérifié?

M. Hurst : Je sais que nous n'avons pas adopté de position à cet égard.

Le sénateur Munson : Qu'en est-il de la société mère?

M. Hurst : Je ne pense pas que la société mère a adopté une position.

Le sénateur Munson : Dans la foulée de la question de la présidente sur la rentabilité, s'attend-on à ce que le service des nouvelles réalise un certain profit tous les ans? Lorsque vous faites partie d'une société plus importante, existe-t-il un certain niveau ou un certain seuil que vous devez atteindre?

Dans le bon vieux temps — et je n'aime pas parler du bon vieux temps —, vous pouviez faire ce qui vous plaisait et dépenser ce que vous vouliez pourvu que vous réalisiez un profit. Existe-t-il un certain niveau ou un certain seuil que vous devez atteindre, à défaut de quoi des réductions seront imposées?

M. Hurst : On s'attend naturellement à ce que le département d'actualités soit rentable. Nous sommes une entreprise privée, et les actualités rapportent. Existe-t-il un seuil que doit atteindre chaque émission ou station? Non, il n'y en a pas.

Le sénateur Munson : Le journaliste n'espère pas réaliser un profit. Il veut quotidiennement trouver un bon sujet de reportage.

M. Hurst : Nous sommes tous les trois des journalistes, et nous sommes quotidiennement à la recherche des meilleurs sujets de reportage au pays.

Le sénateur Munson : Lorsque vous parlez de rentabilité, vos chiffres à cet égard sont-ils rendus publics? Dans quelle mesure le service des nouvelles est-il rentable?

M. Hurst : Ces chiffres ne sont pas rendus publics. Je pense qu'on peut consulter les principaux résultats pour les chaînes thématiques, mais je ne crois pas que le CRTC le fasse pour la télévision générale.

Le sénateur Munson : Êtes-vous dotés d'un code d'éthique ou de principes analogues à ceux d'Atkinson du *Toronto Star*,

The Toronto Star that journalists at CTV should follow and read when covering news events? Is there a code of ethics or written principles along those lines?

Mr. Hurst: Yes.

Senator Munson: Have they been made public?

Mr. Hurst: They have been filed with the CRTC at various licence hearings. Yes, they are public, but they are not like the Atkinson principles at *The Toronto Star*.

Senator Munson: Every time I get cranky, my son, who is 17 years old, says, "Do not worry about it, dad; it is all good." I know you are a positive person, Mr. Hurst, and you present a positive picture of CTV. It does sound all good. However, surely to goodness you have been cranky once in a while. You must have something to tell us about what is not good and what perhaps should be done within the Canadian television news industry.

Mr. Hurst: We believe we coined the phrase "It is all good" three years ago, during the Iraq war. A topnotch producer who used to work here was trying to get to Baghdad. All hell was breaking loose. We were worried about the safety of our foreign teams in the field. We kept hearing back from that wonderful producer the phrase, "It is all good." It was all good because they got the job done and we are getting the job done.

Senator Munson: Did my son get this from CTV?

Mr. Hurst: We would like to claim ownership of that phrase.

Senator Munson: More seriously, you have presented to us a very positive picture, but it is not all good in this industry these days. Everybody knows that. There are concerns. I raised earlier today, for example, the concerns from various communities across the country. There are concerns in New Brunswick. You may provide the competition in New Brunswick, but one company owns every newspaper and all the radio stations. Yes, ATV does a good job to try to balance that, as does CBC. We have the same concerns coming from Vancouver and elsewhere, where Canadians — at least British Columbians — feel they are not getting diverse points of view because media control by families and by bigger companies. There are those who try to tell us that big may be better — but I am not sure. We have not made any judgments, and we must come to some kind of conclusion with this report in the fall.

Mr. Hurst: Senator Munson, I will answer that question with what, from our perspective, are our direct challenges. These are on our minds all the time. Our direct challenges are to make our station in Vancouver and our news operation more competitive, more viewer-friendly, and to expand our news programming. We do not do a noon newscast in Vancouver. We want to do one because we want to offer viewers in the Lower Mainland an option at noon against the Global station, which has been the long dominant heritage station there. If we can provide that

principes que les journalistes de CTV devraient suivre lorsqu'ils couvrent l'actualité? Existe-t-il un code d'éthique ou des principes écrits?

M. Hurst : Oui.

Le sénateur Munson : Ont-ils été rendus publics?

M. Hurst : Ils ont été déposés avec les autres documents lors des différentes audiences du CRTC. Ils ont effectivement été rendus publics, mais il ne s'agit pas de principes pas analogues à ceux d'Atkinson du *Toronto Star*.

Le sénateur Munson : Lorsque je m'énervé, mon fils de 17 ans me dit : « Ne t'en fais pas, papa, tout va bien. » Je sais que vous êtes une personne positive, monsieur Hurst, et vous présentez une image positive de CTV. Tout cela paraît très bien. Cependant, vous vous énervez certes de temps à autre. Vous devez avoir des choses à nous dire sur ce qui ne fonctionne pas et sur ce qu'il faudrait peut-être faire dans le monde des actualités télévisées au Canada.

M. Hurst : Nous croyons avoir fait nôtre l'expression « tout va bien » il y a trois ans, pendant la guerre en Irak. Un directeur chevronné qui a déjà travaillé ici essayait de se rendre à Bagdad. C'était le chaos total. La sécurité de notre personnel affecté à l'étranger nous préoccupait. Et ce formidable directeur nous répétait inlassablement : « Tout va bien. » Tout allait bien parce qu'ils accomplissaient un travail remarquable, tout comme nous.

Le sénateur Munson : Mon fils a-t-il emprunté cette expression à CTV?

M. Hurst : Nous voudrions revendiquer les droits d'auteur.

Le sénateur Munson : Plus sérieusement, vous nous avez brossé un tableau très positif, mais tout ne va pas très bien dans l'industrie aujourd'hui. C'est de notoriété publique. Il y a des problèmes préoccupants. J'ai notamment parlé des préoccupations manifestées dans diverses collectivités canadiennes. C'est le cas au Nouveau-Brunswick. Vous pouvez être un concurrent au Nouveau-Brunswick, où une entreprise est cependant propriétaire de chaque quotidien et station de radio. Effectivement, ATV s'efforce d'équilibrer les choses, tout comme la CBC. Les mêmes préoccupations émanent de Vancouver et d'ailleurs, où des Canadiens — du moins des Britannico-Colombiens — croient qu'ils n'obtiennent pas une diversité d'opinion en raison de la concentration des médias aux mains de familles ou de grandes sociétés. Ce sont peut-être elles qui essaient de nous dire que il vaut peut-être mieux voir grand. Nous n'avons pas porté de jugement, et nous devons publier ce rapport à l'automne.

M. Hurst : Sénateur Munson, je répondrai à cette question en vous indiquant quels sont nos objectifs immédiats. Nous y songeons constamment. Nos objectifs immédiats sont de rendre notre station de Vancouver et nos bulletins de nouvelles plus concurrentiels, d'augmenter nos cotes d'écoute et de développer nos émissions d'actualités. Nous n'avons pas de bulletin de nouvelles du midi à Vancouver. Nous souhaitons en diffuser un pour offrir aux téléspectateurs du Lower Mainland une solution de rechange au bulletin du midi de Global, qui est depuis

alternative in Vancouver, it would directly help this committee's concerns about the diversity of voices in the Lower Mainland. That is one of our immediate challenges.

The second challenge that we have is relaunching CTV Newsnet. We have been sitting and talking for a few weeks now, since we got our licence amendments. We were diverted when we got into that enormous flurry, getting ready for an election.

Newsnet's future is great. We look forward to how we in the all-news world of 24-hour news will be delivering news to every region of the country and taking on the Americans.

In the days of the onion-skin bags, most Canadians got their news from the American networks. Canadians got their television news from ABC or Walter Cronkite at CBS. That changed in the 1970s and 1980s, as CTV and CBC matured, and Global came on. This is in reference to terrestrial television, over-the-air networks. No Canadian today gets his or her news from American conventional television. The viewing of Dan Rather — who is gone now — Peter Jennings or the NBC *Nightly News* is infinitesimal. What does this tell us? This is a victory for Canadian broadcast journalists, that we in this country are strong in our ability to deliver local and national news against those dominant, well-funded news organizations. That was then.

Now we have cable channels and specialty channels. We have the CNNs, who have been around since the mid-1980s. We have MSNBC and FOX. All these channels, with a 10-year head start on us, are flooding into this country. It is our challenge and Newsworld's challenge to win Canadian viewers home. We will do it.

That is what we worry about every day, which is probably reflective of this committee's concern about diversity of Canadian voices.

Did I answer your question?

Senator Munson: That is very good. I hope — and perhaps you are doing it already, as well as with the diversity of voices through educational institutions — that CTV is tapping into the journalist schools that we went to across the country. There are many aspiring journalists who would like to be foreign correspondents and to work for companies like yours. You are paying attention, obviously, along with journalism schools across the country.

Ms. MacDonald: We have a very active internship program across our system where we tap into students from all kinds of schools. We just started a program with the First Nations Technical Institute to encourage their interns to spend some time with us, be it at Newsnet, *Canada AM* or the national news, come to get to know the system and get some experience.

longtemps la principale station traditionnelle. Si nous pouvions proposer une solution de rechange à Vancouver, nous pourrions contribuer directement à atténuer les préoccupations du comité quant à la diversité des opinions au Lower Mainland. C'est l'un de nos objectifs immédiats.

Notre deuxième objectif consiste à relancer CTV Newsnet. Nous avons examiné la situation ces dernières semaines, depuis que notre licence a été modifiée. Nous avons été distraits par tout ce qui a entouré le déclenchement possible des élections, auxquelles nous nous préparions.

L'avenir de Newsnet est prometteur. J'ai hâte de voir comment, dans le monde des actualités 24 heures sur 24, nous réussirons à diffuser les nouvelles dans toutes les régions du pays et comment nous allons livrer concurrence aux Américains.

Jadis, la plupart des Canadiens écoutaient les nouvelles des réseaux américains, notamment du réseau ABC ou de Walter Cronkite à CBS. La situation a changé dans les années 70 et 80, au fur et à mesure de l'évolution de CTV et de CBC et suite à l'avènement de Global. Il s'agissait de systèmes terrestres de retransmission en direct. Aucun Canadien ne regarde aujourd'hui les actualités diffusées de cette façon par les chaînes américaines. Dan Rather — qui a pris sa retraite — et Peter Jennings de l'émission *Nightly News* de NBC sont loin d'être seuls. Qu'est-ce que cela signifie? Il s'agit d'une victoire pour les journalistes de télévision canadiens. Ils sont en mesure de produire des bulletins de nouvelles locales et nationales en livrant concurrence à des médias d'information puissants et bien financés. C'était la situation à l'époque.

Maintenant, il y a la télévision par câble et les chaînes thématiques. Il y a les chaînes qui, comme CNN, ont vu le jour dans le milieu des années 80. Il y a MSNBC et FOX. Comptant sur une avance de dix ans par rapport à nous, ils inondent notre pays de leurs émissions. Notre objectif et celui de Newsworld consiste à regagner la confiance des téléspectateurs canadiens. Nous y parviendrons.

Nous y songeons et y travaillons tous les jours, ce qui reflète probablement les préoccupations de votre comité quant à la diversité des opinions au Canada.

Ai-je répondu à votre question?

Le sénateur Munson : Ce fût très bien. J'espère que CTV recrute dans les écoles de journalisme que nous avons visitées au pays — peut-être le faites-vous déjà pour obtenir la diversité des opinions dans les établissements d'enseignement. De nombreux futurs journalistes souhaiteraient devenir des correspondants à l'étranger et travailler pour des entreprises comme la vôtre. Vous êtes attentifs à tout cela, naturellement, et les écoles de journalisme canadiennes également.

Mme MacDonald : Nous avons un dynamique programme de stages qui nous permet de recruter des étudiants dans différentes écoles. Nous avons récemment commencé à collaborer avec l'Institut technique des Premières nations pour encourager leurs étudiants à faire un stage chez nous pour apprendre les rudiments du métier et acquérir une certaine expérience à Newsnet, à *Canada AM* ou au bulletin de nouvelles nationales.

In many entry-level, part-time or freelance positions, we will use people who have been through our system as interns because we have gotten to know them and they have gotten to know us. We see what they can bring to the system. In terms of diversity of voices, ideas and background, it has been terrific for us.

Mr. Haberstroh: Mark Oldfield, who is in Sudbury, at a meeting last week, said that he needed more Aboriginal reporters, that they were not coming out of journalism school. What he has done is brilliant. He went to a local high school to speak to the kids, to tell them that not enough kids are going into journalism at the college level. A couple of seminars were held, to talk about what journalism is all about, to talk about how to use a camera, how to shoot it, and what the students could do. He suggested they could think about getting into this field as they left high school.

He said that it would not pay off tomorrow but that in five years it may. If he could get more Aboriginal graduates from the local college up there, he was prepared to employ them. I thought that was pretty proactive.

Senator Munson: We need more of that.

Senator Johnson: We have learned that 70 per cent of Canadians get their news from television and not from newspapers or the Internet. We thought that the numbers getting their news from the Internet would be higher than it is, but apparently not. A majority of Canadians are getting their news from television, such as Newsnet and CBC Newsworld. They are certainly covering the waterfront.

Does CNN still not outdistance every network in Canada in terms of viewership?

Mr. Hurst: It is important to realize the difference between cable channels and conventional channels.

The big newscasts in Canada, where most Canadians get most of their news are conventional television: CTV, CBC, Global, A-Channel and CHUM.

Then there are the cable channels whose viewership in Canada is exceedingly small. CNN is the number one news channel of all the cable channels. However, it is important to know that those cable channels, as I think your study showed, are growing every year against conventional television.

Senator Johnson: That is a good distinction that I had not thought through. At the same time, so many things are coming on board. It is like infomania. It is impossible to keep up with everything.

That brings me to my question about the Canadian market. How saturated is the Canadian market with news shows? Is there a limit? Are we reaching a level of consumer and network satisfaction on this? Will there be more changes as we move along?

Pour combler de nombreux postes de débutant, postes à temps partiel ou postes de pigiste, nous recrutons parmi les stagiaires qui ont travaillé chez nous parce que nous avons appris à les connaître et vice versa. Nous savons ce qu'ils peuvent nous apporter. Ce fut un moyen formidable de diversifier nos opinions, nos idées et nos effectifs.

M. Haberstroh : Mark Oldfield, qui est à Sudbury, a déclaré, lors d'une réunion la semaine dernière, qu'il avait besoin de davantage de journalistes autochtones et que les écoles de journalisme n'en formaient pas suffisamment. Sa solution est brillante. Il a pris la parole devant les élèves d'une école secondaire locale et leur a dit que les collèges et universités manquaient d'inscriptions en journalisme. Quelques ateliers ont été organisés pour expliquer la profession de journaliste, pour donner des précisions sur la façon de se servir d'une caméra et pour formuler des suggestions aux étudiants. Il leur a conseillé de songer à s'inscrire en journalisme après l'école secondaire.

Il a indiqué que cela ne rapportera peut-être pas dans l'immédiat, mais que ce pourrait bien être le cas dans cinq ans. Si le collège local pouvait produire davantage de diplômés autochtones, il pourrait les employer. Je pense qu'il s'agit d'une initiative très proactive.

Le sénateur Munson : Il en faudrait d'autres.

Le sénateur Johnson : Nous avons appris que 70 p. 100 des Canadiens suivent l'actualité à la télévision et non dans les journaux ou sur l'Internet. Nous pensions que les chiffres seraient plus élevés en ce qui concerne l'Internet, ce qui n'est apparemment pas le cas. La majorité suit l'actualité à la télévision, en syntonisant notamment Newsnet et CBC Newsworld. Toutes les tendances sont certes représentées.

Au Canada, les cotes d'écoute de CNN ne sont-elles pas encore de beaucoup supérieures à celles de nos réseaux?

M. Hurst : Il faut tenir compte de la distinction entre la télévision par câble et la télévision classique.

Les principaux journaux télévisés où la plupart des Canadiens suivent l'actualité sont ceux de la télévision classique : CTV, CBC, Global, A-Channel et CHUM.

Il y a ensuite les canaux de la télévision par câble, dont les cotes d'écoute sont extrêmement faibles au Canada. De tous ces canaux, CNN se classe au premier rang pour ce qui est de l'information. Cependant, il faut savoir que ces canaux grugent la part de marché de la télévision classique tous les ans, comme votre étude l'a montré, je pense.

Le sénateur Johnson : C'est une distinction pertinente à laquelle je n'avais pas songé. Par contre, il y a tant de nouveautés. C'est de l'infomanie. Il est impossible d'être au courant de tout.

D'où ma question sur le marché canadien. Dans quelle mesure le marché canadien est-il saturé par rapport aux émissions d'information? Y a-t-il une limite? Le consommateur et le réseau sont-ils satisfaits? Y aura-t-il d'autres changements au fur et à mesure?

Mr. Hurst: In television news, we will see an enormous amount of growth. We are not anywhere near saturation. I talked about the local news outlets and our offering two hours of news programming in some of our markets.

In Canada, there will be an expansion, especially of local news. The morning period is a growth period for local and national news, and the supertime period is a growth area. Part of this is because in big cities, especially Toronto, Montreal and Vancouver, where commuting is taking an hour or two, the idea that broadcasters can offer the local news at 6:00 p.m. and you better be there by appointment are quickly fading.

Senator Johnson: They can catch it at any time of day now. That is very important.

We also found in our study, and I know this from living in Manitoba and having a place in the country there, that most of the people are getting their local information from their local newspapers. This applies in the same way to television news, that is, that they will look at their local channels before anything else. Is that a change from the past? It is a change in terms of the opportunities they have now to tune in?

Mr. Hurst: In the news business, perhaps like politics, we say all news is local first. People first want to know what is going on over the backyard fence and around the block. That is what they want first, and that is why local news is really important. It is first, and Canadians need to know wherever they are living what is happening around their block.

The Chairman: Coming back to the question of a statement of principles or a code of ethics, we would like to see that, please.

Mr. Hurst: We filed it with you today, Senator.

The Chairman: You mean the CRTC one. I thought you had your own set of principles and practices.

Mr. Hurst: We have our own. We have our own policy book and news style manual that we are happy to file with you.

The Chairman: That would be helpful. That, I assume, goes to all journalists.

Mr. Hurst: Yes.

The Chairman: Would that include any reference to an instruction, which I am perfectly willing to believe, comes from on high, to treat your corporate owners in the same way you treat everybody else? Is that set down in black and white anywhere?

Mr. Hurst: Yes.

The Chairman: That is not always the case. There are many schools of thought as to whether these things should be set down in black and white. If it is in yours, that is very interesting.

M. Hurst : En ce qui concerne les émissions d'information, nous assisterons à une croissance phénoménale. Nous sommes loin d'avoir atteint le point de saturation. J'ai abordé la question des bureaux de presse locaux et de nos émissions d'actualités de deux heures pour certains marchés.

Au Canada, nous assisterons à une expansion, particulièrement en ce qui concerne les actualités locales. On observe une croissance pour les actualités locales et nationales du matin, alors que les bulletins du début de soirée offrent des perspectives de croissance. C'est partiellement en raison du fait que, dans les grandes villes — particulièrement Toronto, Montréal et Vancouver, où le trajet quotidien nécessite une heure ou deux —, l'idée que les stations diffusent des bulletins de nouvelles locales à 18 heures se dissipe rapidement.

Le sénateur Johnson : Les actualités sont diffusées en continu maintenant. C'est un aspect très important.

Dans notre étude, nous avons également constaté — ce que je sais d'expérience parce que je vis à la campagne au Manitoba — que la plupart suivent l'actualité locale dans les journaux locaux. La même chose vaut pour le journal télévisé : on sintonise tout d'abord les canaux locaux. Est-ce un changement par rapport au passé? Est-ce un changement par rapport au nombre de canaux qu'ils peuvent maintenant capter?

M. Hurst : Dans le domaine des actualités — peut-être comme dans celui de la politique —, nous disons que les actualités locales ont la préséance. Les gens veulent d'abord savoir ce qui se passe dans leur quartier. C'est leur priorité, et c'est pourquoi les nouvelles locales sont vraiment importantes. Elles ont la priorité, et les Canadiens, peu importe où ils habitent, veulent savoir ce qui se passe dans leur quartier.

La présidente : Revenons à l'énoncé de principes ou au code d'éthique. Nous aimerions le voir.

M. Hurst : Nous vous l'avons transmis aujourd'hui.

La présidente : Vous voulez parler du document du CRTC. Je pensais que vous aviez votre propre énoncé de principes.

M. Hurst : Nous en avons effectivement un. Nous avons élaboré une politique journalistique et des normes régissant les actualités, ce que nous vous transmettrons avec plaisir.

La présidente : Cela nous serait utile. Cette documentation est distribuée à tous les journalistes, je présume.

M. Hurst : Tout à fait.

La présidente : Y est-il question d'une directive — et je suis parfaitement prête à y croire — qui émanerait de la haute direction et qui vous demanderait de donner à vos propriétaires le traitement que vous réservez à tous les autres. Est-ce précisé noir sur blanc?

M. Hurst : Oui.

La présidente : Ce n'est pas toujours le cas. Il existe de nombreuses écoles de pensée quant à l'opportunité de préciser ce principe noir sur blanc. Si vous l'avez fait, c'est très intéressant.

You exchange schedules with *The Globe and Mail*. On mundane day-to-day business, I can understand that being one more source of input as you are making up your own schedule to see what the other guys are up to. When you exchange schedules and you are working on a big exclusive story, is that on the schedule?

Mr. Haberstroh: No. That is an emphatic no.

The Chairman: Is it on their schedule when they are doing it?

Mr. Haberstroh: No. That is something we have come to live with. We do not say anything when we do not tell them, and they do not say anything when they do not tell us. The enterprise journalism stays with the creator of that enterprise.

For example, the Monday *Globe* had a story on a \$5-billion CANDU deal falling through. We were not given a heads-up on that.

The Chairman: Even though you have a bureau in Beijing.

Mr. Haberstroh: Yes. On Friday, of course, we filed a story that Minister Volpe is considering revoking Canadian citizenship for suspected Nazi war criminals. There was no heads-up given on the other side.

It is difficult to encourage enterprise when you are going to take that enterprise and give it away. We compete on the big scoops, which every journalist would agree is the benchmark of how well you are doing. We compete directly and fiercely.

You are right that, on the more day-to-day matters, we are happy to exchange, but the enterprise stuff we keep for ourselves and they keep for themselves. That is the way it should be.

The Chairman: Let me come at the reverse end of this. When we started this study, there was a word that every single witness used. I have not heard you use it. You know the word.

Mr. Haberstroh: Yes, I do.

The Chairman: The word is "convergence." What does or would "convergence" mean to you? What is the future of that?

Mr. Hurst: On the editorial side, we looked at converging print and broadcast journalists, to send one hybrid reporter out to cover a story and file for print and broadcast. We looked at it, thought about it, but did not really try it. It does not work for CTV News. I do not think it works for *The Globe and Mail*.

At CTV News, preparing and filing a television news story is a unique craft. Some of the people we have hired from newspapers have suddenly realized that it is tough to do second by second and technical issues, and storytelling and presentation.

The Chairman: In 30 seconds.

Vous faites des échanges avec le *Globe and Mail*. Je peux comprendre que, quotidiennement, c'est une source supplémentaire d'information lorsque vous choisissez les reportages que vous diffuserez. Lorsque vous faites de tels échanges et que vous travaillez à un reportage exclusif important, le diffusez-vous?

M. Haberstroh : Non. C'est un non catégorique.

La présidente : Utilisent-ils le même sujet de reportage?

M. Haberstroh : Non. Nous avons appris à composer avec cela. Nous ne leur apprenons rien lorsque nous ne leur disons pas, et ils ne nous apprennent rien lorsqu'ils ne nous le disent pas. Le journalisme d'enquête ne se partage pas.

Par exemple, dans son numéro de lundi, le *Globe and Mail* publiait un article sur la transaction avortée de réacteurs CANDU de 5 milliards de dollars. Nous n'avions reçu aucune indication à cet égard.

La présidente : Même si vous avez un bureau à Beijing.

M. Haberstroh : Oui. Vendredi, nous avons naturellement diffusé un reportage, dans lequel le ministre Volpe envisage la possibilité d'annuler la citoyenneté canadienne de personnes soupçonnées de crimes de guerre nazis. Il n'y a eu aucune indication.

Il est difficile d'encourager le journalisme d'enquête lorsque vous en partagez le résultat avec d'autres. Nous sommes en concurrence pour obtenir l'information exclusive d'importance, ce qui est, de l'avis de tous les journalistes, la mesure de votre efficacité. Nous livrons une concurrence directe et féroce.

Vous avez raison lorsque vous dites que, pour les affaires plus courantes, nous sommes heureux de faire des échanges, mais nous ne partageons pas les résultats du journalisme d'enquête avec eux, et vice et versa. Et c'est très bien ainsi.

La présidente : Examinons le contraire. Lorsque nous avons entrepris cette étude, il y avait un mot qui était repris par chaque témoin. Je ne l'ai pas entendu dans votre bouche. Vous savez de quoi je parle.

M. Haberstroh : Oui.

La présidente : Ce mot, c'est « convergence ». Quel sens donnez-vous ou donneriez-vous à « convergence »? Comment se dessine l'avenir de la convergence?

M. Hurst : Nous avons envisagé la convergence du journalisme écrit et du journalisme parlé en affectant une seule personne qui ferait le reportage sur les deux plans. Nous avons songé à ce moyen, mais nous ne l'avons pas vraiment mis à l'essai. Ce n'est pas ainsi que nous fonctionnons à CTV News. Je ne pense pas que c'est ainsi qu'on fonctionne au *Globe and Mail*.

À CTV News, préparer et diffuser un reportage à la télévision est une profession spécifique. Certains journalistes de la presse écrite que nous avons engagés se sont soudainement rendu compte qu'il est difficile de faire des plans/seconde et de composer avec les problèmes techniques ainsi que de faire la rédaction puis la narration.

La présidente : En 30 secondes.

Mr. Hurst: It is not the inverted pyramid, which in print style is one of the easiest things to do. You determine the most important new factor and proceed in descending order. That is not the television style. Television news is linear. If the second story in an hour-long newscast is badly done and confusing, the viewers will turn off and that journalist has failed everyone coming behind.

These things are part of the television craft. The viewers of convergence started in the United States, and it is basically finished in the United States. Time Warner is the prime example of the failure of convergence. At CTV News, we do not practise forced convergence with *The Globe and Mail*. There are still two organizations in Canada that are trying to practise forced convergence — CanWest and Quebecor. We are watching that with great interest, but we do not want convergence forced upon our journalistic product, because our experience has been that it hurts our journalistic product.

The Chairman: Where does the Internet fit in, in general, for a national television news organization? I am sure that CTV has an Internet site, although I blush to say that I have not consulted it. Do you have anything to do with theglobeandmail.com?

Mr. Hurst: One of the most popular and growing sites in Canada is ctv.ca. It is a video-intensive site and is completely separate from *The Globe and Mail* site. *The Globe and Mail* site competes with ctv.ca. Because we do television news, our site is video-intensive. The Internet today, although it may have great promise, is little more today than another delivery system. No Internet news site in Canada has a reporter in the field asking the mayor a question, chasing down police records or going to the school board. They are purveyors of material that has already been gathered. It is another distribution service and a repackaging service.

We do not know where the Internet is going as a delivery service. We are investing in it, watching it very closely and experimenting with it, but it is not yet the prime deliverer of news and public affairs in this country.

The Chairman: I gather that you do not expect it to become that any time soon.

Mr. Hurst: This is a question about new technology. I would love to be able to get CTV News and Newsnet on my watch some day, and I will, although perhaps in a hologram, and perhaps only I will be able to hear the audio so that it will not interrupt others.

We were flying up here yesterday just as the Michael Jackson verdict was coming down. They closed the doors on the airplane and we had to turn off our communication devices just as the news desk said that the jury verdict would be delivered in one hour.

M. Hurst : Ce n'est pas la pyramide inversée, ce qui est la chose la plus facile dans le journalisme écrit. Vous déterminez la nouvelle la plus importante et vous poursuivez en ordre décroissant. Ce n'est pas ainsi qu'on fonctionne à la télévision. Le journal télévisé est linéaire. Si la deuxième nouvelle d'un journal télévisé d'une heure n'a pas été traitée correctement et porte à confusion, les téléspectateurs passeront à autre chose. Et ce journaliste aura abandonné tous ceux qui le suivent.

Ce sont des aspects particuliers au monde de la télévision. La convergence a débuté aux États-Unis, et ce fut un échec. Time Warner est un exemple pertinent de l'échec de la convergence. À CTV News, nous ne procédons pas à une convergence forcée avec le *Globe and Mail*. Au Canada, il y a encore deux organisations qui s'y essaient : CanWest et Quebecor. Nous surveillons la situation avec beaucoup d'intérêt, mais nous ne voulons pas de la convergence forcée pour notre produit journalistique, parce que nous sommes rendu compte qu'elle y portait préjudice.

La présidente : Quel rôle l'Internet joue-t-il en général pour une chaîne nationale d'actualités? Je suis sûre que CTV possède un site Internet, même si j'ai honte d'avouer que je ne l'ai pas consulté. Quel lien avez-vous avec theglobeandmail.com?

M. Hurst : Au Canada, ctv.ca est l'un des sites les plus populaires et l'un de ceux qui connaît une croissance. Il diffuse beaucoup de reportages vidéo et il est tout à fait distinct de celui du *Globe and Mail*. Les deux sites sont en concurrence. Comme nous avons un journal télévisé, notre site diffuse beaucoup de vidéos. Même s'il peut être très prometteur, l'Internet est aujourd'hui à peine plus qu'un autre système de diffusion. Sur l'Internet, aucun site canadien consacré à l'actualité ne dispose d'un journaliste qui se rend sur place pour poser une question au maire, consulter les dossiers de la police ou assister à une réunion de la commission scolaire. On y diffuse des nouvelles qui ont déjà été recueillies. C'est un service de diffusion qui présente les nouvelles sur un autre support.

Nous ignorons l'orientation que prendra l'Internet comme service diffusion. Nous investissons, nous surveillons le tout très étroitement et nous effectuons des expériences, mais ce n'est pas encore le principal moyen de diffuser les nouvelles et les questions d'affaires publiques au Canada.

La présidente : Je crois comprendre que vous ne croyez pas que cela se matérialisera sous peu.

M. Hurst : C'est une question de percées technologiques. J'aimerais bien pouvoir syntoniser CTV News et Newsnet sur ma montre-bracelet. Ce sera possible un jour, même si c'est sous la forme d'un hologramme, et je pourrai peut-être seulement recevoir le signal audio afin de ne pas interrompre les autres fonctions.

Nous étions dans l'avion hier pour nous rendre ici au moment où le verdict a été annoncé dans l'affaire Michael Jackson. Les portes de l'avion venaient d'être fermées et nous devions fermer nos appareils de communication au moment où la salle de rédaction a annoncé que le verdict du jury serait connu dans une heure.

In six months, there will be Internet delivery on planes. WestJet already carries CTV Newsnet, Newsworld, CNN, CBC, CTV and Global live through satellite transmission. Unfortunately, we were on a plane with old technology.

We could talk for hours about the promise of the Internet and the empowerment of individuals to publish their own blogs. We do not know where it is going, but it is fascinating to watch.

The Chairman: It has not eroded anything for you yet?

Mr. Hurst: "Erode" is an interesting word. The key erosion of news and public affairs programming in Canada for all broadcasters comes from cable and specialty channels. We call it fragmentation. That is where the fundamental erosion comes from.

The Chairman: There is no end to that in sight.

Mr. Hurst: The first part of your study on data showed that the growth of specialty channels has been pretty steady for some years. Also, in those specialty channels, there are news delivery services — Newsnet, Newsworld, ROBTv, the American channels, and Talk-TV.

The Chairman: Should I interpret that to mean that as long as you have your own family of specialty channels, including news channels, you can compete with other families?

Mr. Hurst: I have never thought of it as a family.

The Chairman: I was trying to use a friendly and non-threatening word.

Mr. Hurst: On the core strategic strategy of CTV, I will not speak about our programming strategies, entertainment strategies or Canadian dramatic comedy programming. However, clearly in the news area, at CTV News, we have an integration of services to help each other share and swap stories and to have our news and public affairs transmitted on as many platforms and outlets as possible, which includes a business channel to which Canadians can subscribe, and an all-news channel.

Senator Munson: Are you a strong supporter of Canadian Press?

Mr. Hurst: We are a very strong supporter of Canadian Press and have been for a long time. Having a national cooperative providing us and our stations across the country is very important to healthy journalism in Canada.

Senator Munson: Is the regular news that you deliver threatened in any way by the entertainment news we see on CTV and other stations?

Mr. Haberstroh: I do not feel threatened in any way by entertainment programming.

Dans six mois, on aura accès à Internet dans les avions. Les appareils de WestJet permettent de capter CTV Newsnet, Newsworld, CNN, CBC, CTV et Global en direct grâce à la transmission par satellite. Malheureusement, nous étions à bord d'un avion doté d'une vieille technologie.

Nous pourrions parler pendant des heures des perspectives d'avenir de l'Internet et de la possibilité qu'ont les gens de publier leur blogue. Nous ignorons où cela va aboutir, mais c'est certes fascinant à observer.

La présidente : Il n'y a pas eu une érosion de vos possibilités?

M. Hurst : « Érosion » est un terme intéressant. La principale érosion par rapport au bulletin d'actualités et aux émissions d'affaires publiques de tous les diffuseurs canadiens est imputable aux canaux de la télévision par câble et aux chaînes spécialisées. C'est ce que nous appelons la fragmentation. C'est la cause de l'érosion fondamentale.

La présidente : On ne prévoit pas que cela cessera dans un avenir prévisible.

M. Hurst : Dans la première partie de votre étude sur les données, vous montrez que la croissance des chaînes spécialisées a été assez stable pendant des années. En outre, parmi les chaînes spécialisées, il y a des réseaux d'actualités comme Newsnet, Newsworld et ROBTv, ainsi que les chaînes américaines et, Talk-TV.

La présidente : Devrais-je interpréter que cela signifie que, si vous possédez une famille de chaînes spécialisées, y compris des chaînes de nouvelles, vous pouvez livrer concurrence aux anciens réseaux?

M. Hurst : Je n'ai jamais pensé qu'il s'agissait d'une famille.

La présidente : J'essayais d'employer un terme courtois et respectueux.

M. Hurst : Je ne parlerai pas de la stratégie fondamentale de CTV en matière de programmation, d'émissions de divertissement et de comédies dramatiques canadiennes. Cependant, CTV News intègre les différents services pour permettre à chacun d'échanger des sujets, de sorte que nos bulletins de nouvelles et nos émissions d'affaires publiques soient diffusés à l'aide du plus grand nombre de supports possible, notamment une chaîne des affaires à laquelle les Canadiens peuvent s'abonner ainsi qu'une chaîne d'information continue.

Le sénateur Munson : Appuyez-vous fermement la Presse canadienne?

M. Hurst : Nous le faisons depuis longtemps. Pour assurer la prospérité du journalisme, il faut pouvoir compter sur un organe national qui alimente notre réseau et nos stations dans l'ensemble du pays.

Le sénateur Munson : Vos bulletins d'actualités conventionnels sont-ils menacés par les émissions d'actualités axées sur le divertissement de CTV et des autres stations?

M. Haberstroh : Je ne sens aucune menace particulière à ce chapitre.

Senator Munson: I am speaking of so-called "info news" such as *Inside Edition*.

Mr. Haberstroh: I do not think we are threatened by it, and our numbers bear that out. Canadians are pretty sophisticated news consumers. They know what they want, and I am not sure that is what they are looking for.

Senator Munson: Although CTV and other networks would never make a mistake in covering a news story, in newspapers we see apologies for errors, usually on page A14. At one time, there were avenues for people to get their complaints on the air. If a journalistic mistake is made on the air by your organization, how is a correction made? It is human nature to simply hope that such things just go away. Is there a mechanism in your news organization for the public to make their complaints publicly?

Mr. Hurst: That is a very good question. My personal view is that broadcasters generally, because of human nature, do not correct their mistakes enough on the next broadcast or the next day. We have talked about that with our news directors. Some say that we do not have the luxury of space that the newspapers have. I think *The Globe and Mail* puts its corrections on page 2, and I believe that broadcasters should be following the model of the good newspapers in terms of correcting and updating.

Your question was specifically about the process. In the national newsroom at CTV News, we get up to 150 email communications and letters per day. All of our senior editors read them. I like to personally call people who provide their telephone numbers. That is one method.

If complaints are very serious or a complainant is not satisfied or sometimes does not hear from us, then there is the Canadian Broadcast Standards Council, which is a volunteer organization set up by the CRTC. We are a charter member of the CBSC. Some of our news directors sit on their panels. This is the public process if you are not satisfied with what CTV News is doing on any of its platforms.

Senator Munson: Perhaps politicians from all political parties could learn from that too, admitting our mistakes from time to time.

The Chairman: You will send us the following: Your policy and journalistic practices book; details of who is on the committee at the Canadian Broadcast Standards Council and how it works now; and how many times of day you have carried those public service announcements about the particular requirements under the CRTC, which are of course separate from if you have a complaint about our news coverage in general and we spelled your dog's name wrong. We are talking specifically about the CRTC-imposed announcement. All other information is, of course, gratefully received.

Le sénateur Munson : Je parle des émissions soi-disant d'information comme *Inside Edition*.

M. Haberstroh : Je ne pense pas que nous soyons menacés, et nos cotes d'écoute le montrent bien. Les Canadiens sont des consommateurs avertis au chapitre de l'information, car ils savent ce qu'ils veulent, et je ne suis pas sûr que ce soit ce qu'ils cherchent.

Le sénateur Munson : Même si CTV et les autres réseaux ne commettent aucune erreur dans leurs reportages, les journaux s'excusent de leurs erreurs, les correctifs figurant souvent à la page A14. Les gens ont déjà pu formuler leurs plaintes en ondes. Si une erreur était commise en ondes par votre réseau, quelle mesure prendriez-vous pour corriger le tout? Il est humain de simplement espérer qu'on oubliera le tout. Votre réseau est-il doté d'un mécanisme nous permettant de formuler publiquement nos plaintes?

M. Hurst : C'est une question très pertinente. Selon moi, les diffuseurs ne corrigent généralement pas leurs erreurs suffisamment lors de l'émission suivante ou le lendemain. Une telle attitude est humaine. Nous avons examiné la question avec nos chefs des nouvelles. Certains disent que nous ne jouissons pas de la marge de manœuvre que possèdent les journaux. Je pense que le *Globe and Mail* publie ses correctifs à la page 2. Je crois que les diffuseurs devraient suivre l'exemple des bons journaux au chapitre des correctifs et des mises au point.

Votre question portait sur les modalités. La salle nationale des nouvelles de CTV News reçoit jusqu'à 150 courriels et lettres par jour. Nos rédacteurs en chef les lisent tous. J'appelle les personnes qui ont indiqué leur numéro de téléphone. C'est une façon de faire.

Si la plainte est très sérieuse, si nous n'assurons pas le suivi ou si la personne n'est pas satisfaite, on peut toujours s'adresser au Conseil canadien des normes de la radiotélévision, qui est un organisme bénévole créé par le CRTC. Nous sommes membres du CCNR. Certains de nos chefs de nouvelles siègent au sein de ses comités. Vous pouvez avoir recours à ce processus public si vous n'êtes pas satisfait d'un élément des émissions de CTV News.

Le sénateur Munson : Les politiques de tous les partis pourraient peut-être en tirer une leçon et admettre de temps à autre leurs erreurs.

La présidente : Vous nous ferez parvenir les documents et les renseignements suivants : votre politique et vos normes journalistiques; les précisions sur les membres du comité du Conseil canadien des normes de la radiotélévision et sur les modalités de fonctionnement; le nombre de messages d'intérêt public que vous publiez quotidiennement au sujet des exigences particulières du CRTC, ce qui est naturellement distinct des mesures que vous prenez si vous recevez une plainte sur un reportage en général ou si vous avez mal écrit le nom du chien d'un lecteur. Nous faisons précisément allusion aux annonces exigées par le CRTC. Nous serons également heureux de recevoir tous les autres documents que vous voudrez naturellement nous faire parvenir.

Ce fut une séance extrêmement intéressante.

This has been an extremely interesting session.

The committee adjourned.

La séance est levée.

OTTAWA, Wednesday, June 15, 2005

The Standing Senate Committee on Transport and Communications, to which was referred Bill S-31, to authorize construction and maintenance of a bridge over the St. Lawrence River and a bridge over the Beauharnois Canal for the purpose of completing Highway 30, met this day at 6:17 p.m. to give clause-by-clause consideration to the bill.

Senator Joan Fraser (*Chairman*) in the chair.

[English]

The Chairman: Honourable senators, the Standing Senate Committee on Transport and Communications is meeting this evening to continue its consideration of Bill S-31, following which we shall proceed in camera on our study of the news media.

We heard from the Minister of Transport on this bill last Wednesday, June 8. At that time, I indicated that the deputy chair and I had written to the Government of Quebec requesting its comments on the bill. We also invited the government to appear before us if they wished to do so. We have now received a letter from the Minister of Transport of Quebec, which I believe has been circulated. I shall now read it for the record.

[Translation]

The letter is dated June 14, 2005 and is from Mr. Michel Després, Minister of Transport and Minister responsible for the National Capital Region. It reads as follows:

Madam Chair:

I acknowledge receipt of your letter of June 7 inviting me to appear before the Standing Senate Committee on Transport and Communications in conjunction with its study of Bill S-31, a very important piece of draft legislation for Quebec.

Unfortunately, I am unable to appear in person before your committee. I would, however, like to share with you my comments on the bill.

The completion of Highway 30 will provide the missing link in the road network and make it easier for commuters to by-pass Montreal. In this respect, the project is critical to Quebec's ongoing economic development. The link cannot be completed without the construction of bridges over the St. Lawrence Rivers and Beauharnois Canal. Therefore, I am delighted that the Government of Canada has tabled this bill and I hope it is adopted and enacted as soon as possible.

Yours truly,

OTTAWA, le mercredi 15 juin 2005

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications, auquel a été déféré le projet de loi S-31, Loi autorisant la construction et l'entretien d'un pont franchissant le fleuve Saint-Laurent et d'un pont franchissant le canal de Beauharnois en vue du parachèvement de l'autoroute 30, se réunit aujourd'hui, à 18 h 17, pour étudier article par article le projet de loi.

Le sénateur Joan Fraser (*présidente*) occupe le fauteuil.

[Traduction]

La présidente : Honorables sénateurs, le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit ce soir pour poursuivre son étude du projet de loi S-31. Nous examinerons ensuite à huis clos l'état actuel des industries de médias.

Le ministre des Transports a comparu mercredi dernier, le 8 juin, devant le comité concernant ce projet de loi. J'avais alors mentionné que le vice-président et moi-même avions écrit au gouvernement du Québec pour lui demander ses commentaires au sujet du projet de loi. Nous l'avons aussi invité à venir devant le comité, s'il le voulait. Nous venons de recevoir une lettre du ministre des Transports du Québec, qui vous a été remise, je crois. Je vais maintenant la lire aux fins du compte rendu.

[Français]

Il s'agit d'une lettre de M. Michel Després, ministre des Transports et ministre responsable de la région de la Capitale nationale, en date du 14 juin 2005. Voici la lettre :

Madame la Présidente,

J'ai pris connaissance de votre lettre du 7 juin dernier m'invitant à comparaître devant le Comité sénatorial permanent des transports et des communications dans le cadre de son étude du projet de loi S-31, projet fort important pour le Québec.

Je suis malheureusement dans l'impossibilité de me présenter devant ce comité. Cependant, je vous fais part de mes observations, lesquelles sont jointes à la présente.

Le projet de parachèvement de l'autoroute 30 complètera un lien autoroutier manquant et viendra faciliter le contournement de Montréal. À ce titre, il s'avère essentiel pour la poursuite du développement économique du Québec. Or, ce parachèvement ne peut se réaliser sans le franchissement du fleuve Saint-Laurent et du canal de Beauharnois. Je suis donc très heureux de constater que le gouvernement du Canada a déposé un projet de loi à cette fin et je souhaite qu'il soit adopté et mis en vigueur dans les meilleurs délais.

Je vous prie d'agréer, Madame la Présidente, l'expression de mes sentiments les meilleurs.

Signed Michel Després.

[English]

There is a page of commentary attached, which I believe you have, honourable senators. Unless someone wishes to have that read into the record, it is not essential to do so.

As you know, the notice for this meeting said we would proceed with clause-by-clause consideration of the bill.

Senator Nolin: Have the officials read that letter and the commentaries attached to it?

The Chairman: Perhaps we could ask the officials to come to the table.

Senator Nolin: There are some understandings implied by the minister. We should ensure that we are not approving this bill if there are misunderstandings. I draw your attention to the last paragraph, the meeting of regulations.

[Translation]

The Chairman: When I read the letter, I thought it confirmed exactly what the Minister of Transport, Mr. Lapierre, had said. However, the question is quite valid.

Senator De Bané, have you read the letter sent to us by Quebec's Minister of Transport? I believe you have a copy of it. We are asking officials to read it, just to confirm that there are no surprises. At least, I hope there are none.

Ms. Evelyn Marcoux, Director General, Surface Programs, Surface Programs and Divestiture, Transport Canada: We have read the letter and it is consistent with the text of the bill. Our interpretation is the same.

The Chairman: Indeed. As I said, I thought the letter merely confirmed what Transport Minister Lapierre had told us.

Ms. Marcoux: That is correct.

Mr. Pierre Woods, Legal Counsel, Crown Corporation Secretariat, Transport Canada: Yes, Madam Chairman.

Mr. Régent Dickey, Manager, East, Highways and Borders, Surface Programs, Surface Programs and Divestiture, Transport Canada: Yes.

The Chairman: Thank you ever so much. Are there any further questions for our expert witnesses? Apparently not.

[English]

Honourable senators, is it then agreed that the committee proceed to clause-by-clause consideration of Bill S-31?

Hon. Senators: Agreed.

The Chairman: Shall the title stand postponed?

Hon. Senators: Agreed.

The Chairman: Shall clause 1, which contains the short title, stand postponed?

C'est signé Michel Després.

[Traduction]

Une page de commentaires, que vous devriez aussi avoir, est annexée à la lettre. À moins que quelqu'un veuille qu'on la lise aux fins du compte rendu, je n'en vois pas la nécessité.

Comme vous le savez, l'avis de convocation annonçait l'étude article par article du projet de loi.

Le sénateur Nolin : Les fonctionnaires ont-ils lu cette lettre ainsi que les commentaires?

La présidente : Peut-être que nous pourrions demander aux fonctionnaires de venir à la table.

Le sénateur Nolin : Le ministre sous-entend certaines choses. Nous devons nous assurer de ne pas approuver ce projet de loi s'il y a des risques de malentendus. J'attire votre attention au dernier paragraphe, qui porte sur le respect du règlement.

[Français]

La présidente : Quand j'ai lu la lettre, j'ai pensé que cela confirmait exactement ce que le ministre des Transports, M. Lapierre avait dit, mais il est tout à fait approprié de poser la question.

Sénateur De Bané, avez-vous vu la lettre que le ministre des Transports du Québec nous a fait parvenir? Voilà, vous l'avez reçue. Nous demandons aux fonctionnaires de la lire pour nous confirmer qu'il n'y a pas là de surprise; enfin je l'espère.

Mme Evelyn Marcoux, directrice générale, Programmes de surface, Programmes de surfaces et cession, Transports Canada : Nous avons lu le texte et cela ne contrevient pas au texte du projet de loi. Nous avons la même interprétation.

La présidente : Oui, effectivement. Comme je l'ai dit, il me semblait bien que cela ne faisait que confirmer ce que le ministre des Transports, M. Lapierre nous avait dit.

Mme Marcoux : Oui, madame la présidente.

M. Pierre Woods, conseiller juridique, Secrétariat des sociétés, Transports Canada : Oui, madame la présidente.

M. Régent Dickey, gestionnaire de l'est des routes et des frontières, Programmes de surface, Programmes de surface et cession, Transports Canada : Oui.

La présidente : Merci infiniment. Est-ce qu'il y a d'autres questions pour ces experts? Il semble que non.

[Traduction]

Honorables sénateurs, plaît-il au comité de procéder à l'étude article par article du projet de loi S-31?

Des voix : D'accord.

La présidente : L'étude du titre est-elle reportée?

Des voix : Oui.

La présidente : L'étude de l'article 1, le titre abrégé, est-elle reportée?

Hon. Senators: Agreed.

The Chairman: Shall clause 2 carry?

Hon. Senators: Agreed.

The Chairman: I shall group the remaining clauses, senators. Shall clauses 2 through 5 carry?

Hon. Senators: Agreed.

The Chairman: Shall clause 1, which contains the short title, carry?

Hon. Senators: Agreed.

The Chairman: Shall the title carry?

Hon. Senators: Agreed.

The Chairman: Shall the bill carry?

Hon. Senators: Agreed.

The Chairman: Shall I report the bill to the Senate without amendment?

Hon. Senators: Agreed.

The committee continued in camera.

Des voix : Oui.

La présidente : L'article 2 est-il adopté?

Des voix : Oui.

La présidente : Je vais maintenant regrouper les articles qui restent. Les articles 2 à 5 sont-ils adoptés?

Des voix : Oui.

La présidente : L'article 1, le titre abrégé, est-il adopté?

Des voix : Oui.

La présidente : Le titre est-il adopté?

Des voix : Oui.

La présidente : Le projet de loi est-il adopté?

Des voix : Oui.

La présidente : Dois-je faire rapport du projet de loi au Sénat, sans proposition d'amendement?

Des voix : D'accord.

Le comité poursuit ses travaux à huis clos.



If undelivered, return COVER ONLY to:
Public Works and Government Services Canada –
Publishing and Depository Services
Ottawa, Ontario K1A 0S5

En cas de non-livraison,
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada –
Les Éditions et Services de dépôt
Ottawa (Ontario) K1A 0S5

WITNESSES

Tuesday, June 14, 2005

CTV News:

Robert G. Hurst, President;
Tom Haberstroh, Vice-President;
Joanne MacDonald, Vice-President.

Wednesday, June 15, 2005 (Bill S-31)

Transport Canada:

Evelyn Marcoux, Director General, Surface Programs, Surface
Programs and Divestiture;
Pierre Woods, Legal Counsel, Crown Corporation Secretariat;
Régent Dickey, Manager, East, Highways and Borders, Surface
Programs, Surface Programs and Divestiture.

TÉMOINS

Le mardi 14 juin 2005

CTV News :

Robert G. Hurst, président;
Tom Haberstroh, vice-président;
Joanne MacDonald, vice-présidente.

Le mercredi 15 juin 2005 (Le projet de loi S-31)

Transports Canada :

Evelyn Marcoux, directrice générale, Programmes de surface
Programmes de surface et cession;
Pierre Woods, conseiller juridique, Secrétariat des sociétés;
Régent Dickey, gestionnaire de l'est des routes et des frontières
Programmes de surface, Programmes de surface et cession.



Available from:
PWGSC – Publishing and Depository Services
Ottawa, Ontario K1A 0S5
Also available on the Internet: <http://www.parl.gc.ca>

Disponible auprès des:
TPGSC – Les Éditions et Services de dépôt
Ottawa (Ontario) K1A 0S5
Aussi disponible sur internet: <http://www.parl.gc.ca>



First Session
Thirty-eighth Parliament, 2004-05

Première session de la
trente-huitième législature, 2004-2005

SENATE OF CANADA

SÉNAT DU CANADA

*Proceedings of the Standing
Senate Committee on*

*Délibérations du Comité
sénatorial permanent des*

Transport and Communications

Transports et des communications

Chair:

The Honourable JOAN FRASER

Présidente :

L'honorable JOAN FRASER

Wednesday, September 28, 2005 (in camera)
Tuesday, October 18, 2005
Wednesday, October 19, 2005
Tuesday, October 25, 2005 (in camera)
Wednesday, October 26, 2005 (in camera)
Tuesday, November 1, 2005 (in camera)
Wednesday, November 2, 2005 (in camera)

Le mercredi 28 septembre 2005 (à huis clos)
Le mardi 18 octobre 2005
Le mercredi 19 octobre 2005
Le mardi 25 octobre 2005 (à huis clos)
Le mercredi 26 octobre 2005 (à huis clos)
Le mardi 1^{er} novembre 2005 (à huis clos)
Le mercredi 2 novembre 2005 (à huis clos)

Issue No. 22

Fifty-fourth, fifty-fifth,
fifty-sixth, fifty-seventh, fifty-eighth,
fifty-ninth, and sixtieth meetings on:

The current state of Canadian media industries

Fascicule n° 22

Cinquante-quatrième, cinquante-cinquième,
cinquante-sixième, cinquante-septième, cinquante-huitième,
cinquante-neuvième et soixantième réunions concernant :

L'état actuel des industries de médias canadiennes

WITNESSES:
(See back cover)

TÉMOINS :
(Voir à l'endos)

THE STANDING SENATE COMMITTEE
ON TRANSPORT AND COMMUNICATIONS

The Honourable Joan Fraser, *Chair*

The Honourable David Tkachuk, *Deputy Chair*
and

The Honourable Senators:

* Austin, P.C. (or Rompkey, P.C.) Carney, P.C. Chaput Dawson Eyton Johnson	* Kinsella (or Stratton) Mercer Merchant Munson Phalen
--	---

*Ex officio members

(Quorum 4)

Changes in membership of the committee:

Pursuant to rule 85(4), membership of the committee was amended as follows:

The name of the Honourable Senator Dawson was added
(September 28, 2005).

The name of the Honourable Senator Mercer was added
(October 3, 2005).

The name of the Honourable Senator Champagne, P.C.,
substituted for that of the Honourable Senator Carney, P.C.
(October 6, 2005).

The name of the Honourable Senator Carney, P.C., substituted
for that of the Honourable Senator Champagne, P.C.
(October 11, 2005).

The name of the Honourable Senator Trenholme Counsell was
removed (October 19, 2005).

LE COMITÉ SÉNATORIAL PERMANENT
DES TRANSPORTS ET DES COMMUNICATIONS

Présidente : L'honorable Joan Fraser

Vice-président : L'honorable David Tkachuk
et

Les honorables sénateurs :

* Austin, C.P. (ou Rompkey, C.P.) Carney, C.P. Chaput Dawson Eyton Johnson	* Kinsella (ou Stratton) Mercer Merchant Munson Phalen
--	---

*Membres d'office

(Quorum 4)

Modifications de la composition du comité :

Conformément à l'article 85(4) du Règlement, la liste des
membres du comité est modifiée, ainsi qu'il suit :

Le nom de l'honorable sénateur Dawson est ajouté
(le 28 septembre 2005).

Le nom de l'honorable sénateur Mercer est ajouté (le 3 octobre
2005).

Le nom de l'honorable sénateur Champagne, C.P., est substitué à
celui de l'honorable sénateur Carney, C.P. (le 6 octobre 2005).

Le nom de l'honorable sénateur Carney, C.P., est substitué à celui
de l'honorable sénateur Champagne, C.P. (le 11 octobre 2005).

Le nom de l'honorable sénateur Trenholme Counsell est supprimé
(le 19 octobre 2005).

MINUTES OF PROCEEDINGS

OTTAWA, Wednesday, September 28, 2005
(59)

[English]

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day, in camera, at 6:20 p.m., in room 505, Victoria Building, the Chair, the Honourable Joan Fraser, presiding.

Members of the committee present: The Honourable Senators Chaput, Fraser, Munson, Phalen, and Trenholme Counsell (5).

In attendance: Joseph Jackson, Analyst, Parliamentary Information and Research Services, Library of Parliament, and David Black, Special Advisor to the Committee.

Pursuant to the Order of Reference adopted by the Senate on Tuesday, October 19, 2004, the committee continued its examination of the current state of Canadian media industries. (*For complete text of Order of Reference, see proceedings of the committee, Issue No. 1, dated October 7, 2004.*)

Pursuant to rule 92(2)(e), the committee considered its agenda.

At 8:42 p.m., it was agreed that the committee adjourn to the call of the Chair.

ATTEST:

OTTAWA, Tuesday, October 18, 2005
(60)

[English]

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day, at 9:35 a.m., in room 2, Victoria Building, the Deputy Chair, the Honourable David Tkachuk, presiding.

Members of the committee present: The Honourable Senators Chaput, Mercer, Munson, Phalen, and Tkachuk (5).

In attendance: Terry Thomas, Analyst, Parliamentary Information and Research Services, Library of Parliament.

Also in attendance: The official reporters of the Senate.

Pursuant to the Order of Reference adopted by the Senate on Tuesday, October 19, 2004, the committee continued its examination of the current state of Canadian media industries. (*For complete text of Order of Reference, see proceedings of the committee, Issue No. 1, dated October 7, 2004.*)

WITNESSES:

Magazines Canada:

John L. Thomson, Chief Executive Officer and Publisher,
Canadian Geographic;

Jim Everson, Executive Director, Public Affairs;

PROCÈS-VERBAUX

OTTAWA, le mercredi 28 septembre 2005
(59)

[Traduction]

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui, à huis clos, à 18 h 20, dans la pièce 505 de l'édifice Victoria, sous la présidence de l'honorable Joan Fraser (*présidente*).

Membres du comité présents : Les honorables sénateurs Chaput, Fraser, Munson, Phalen et Trehholme Counsell (5).

Également présents : Joseph Jackson, analyste, Service d'information et de recherche parlementaires, Bibliothèque du Parlement, et David Black, conseiller spécial du comité.

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat la mardi 19 octobre 2004, le comité poursuit son examen de l'état actuel des industries de médias canadiennes. (*L'ordre de renvoi figure dans le fascicule n° 1 des délibérations du comité du 7 octobre 2004.*)

Conformément à l'alinéa 92(2)e) du Règlement, le comité examine son programme.

À 20 h 42, le comité suspend ses travaux jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

ATTESTÉ :

OTTAWA, le mardi 18 octobre 2005
(60)

[Traduction]

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui, à 9 h 35, dans la pièce 2 de l'édifice Victoria, sous la présidence de l'honorable David Tkachuk (*vice-président*).

Membres du comité présents : Les honorables sénateurs Chaput, Mercer, Munson, Phalen et Tkachuk (5).

Également présent : Terry Thomas, analyste, Service d'information et de recherche parlementaires, Bibliothèque du Parlement.

Aussi présents : Les sténographes officiels du Sénat.

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le mardi 19 octobre 2004, le comité poursuit son examen de l'état actuel des industries de médias canadiennes. (*L'ordre de renvoi figure dans le fascicule n° 1 des délibérations du comité du 7 octobre 2004.*)

TÉMOINS :

Magazines Canada :

John L. Thomson, directeur général et éditeur, *Canadian Geographic*;

Jim Everson, directeur général, Affaires publiques;

Sylvaine Gombert, Former Board Member.

Mr. Thomson and Ms. Gombert made a statement and, with Mr. Everson, answered questions.

At 10:40 a.m., it was agreed that the committee adjourn to the call of the Chair.

ATTEST:

OTTAWA, Wednesday, October 19, 2005
(61)

[English]

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day, at 6:20 p.m., in room 2, Victoria Building, the Deputy Chair, the Honourable David Tkachuk, presiding.

Members of the committee present: The Honourable Senators Chaput, Eyton, Mercer, Merchant, Munson, Phalen, and Tkachuk (7).

Other senator present: The Honourable Senator Moore (1).

In attendance: Terry Thomas, Analyst, Parliamentary Information and Research Services, Library of Parliament and David Black, Special Advisor to the Committee.

Also in attendance: The official reporters of the Senate.

Pursuant to the Order of Reference adopted by the Senate on Tuesday, October 19, 2004, the committee continued its examination of the current state of Canadian media industries. (*For complete text of Order of Reference, see proceedings of the committee, Issue No. 1, dated October 7, 2004.*)

WITNESSES:

Canadian Broadcast Standards Council:

Ronald I. Cohen, National Chair;

John MacNab, Executive Director;

Teisha Gaylard, Director of Policy.

As an individual:

Lydia Miljan, Professor, Political Science, University of Windsor.

Mr. Cohen made a statement and, with Ms. Gaylard, answered questions.

At 7:25 p.m., the committee suspended.

At 7:30 p.m., the committee resumed.

Ms. Miljan made a statement and answered questions

At 8:31 p.m., it was agreed that the committee adjourn to the call of the Chair.

ATTEST:

Sylvaine Gombert, ancien membre du conseil d'administration.

M. Thomson et Mme Gombert font une déclaration et, de concert avec M. Everson, répondent aux questions.

À 10 h 40, le comité suspend ses travaux jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

ATTESTÉ :

OTTAWA, le mercredi 19 octobre 2005
(61)

[Traduction]

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui, à 18 h 20, dans la pièce 2 de l'édifice Victoria, sous la présidence de l'honorable David Tkachuk (*vice-président*).

Membres du comité présents : Les honorables sénateurs Chaput, Eyton, Mercer, Merchant, Munson, Phalen et Tkachuk (7).

Autre sénateur présent : L'honorable sénateur Moore (1).

Également présents : Terry Thomas, analyste, Service d'information et de recherche parlementaires, Bibliothèque du Parlement, et David Black, conseiller spécial du comité.

Aussi présents : Les sténographes officiels du Sénat.

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le mardi 19 octobre 2004, le comité poursuit son examen de l'état actuel des industries de médias canadiennes. (*L'ordre de renvoi figure dans le fascicule n° 1 des délibérations du comité du 7 octobre 2004.*)

TÉMOINS :

Conseil canadien des normes de la radiotélévision :

Ronald I. Cohen, président national;

John MacNab, directeur exécutif;

Teisha Gaylard, directrice des politiques.

À titre personnel :

Lydia Miljan, professeure, Sciences politiques, Université de Windsor.

M. Cohen fait une déclaration et, de concert avec Mme Gaylard, répond aux questions.

À 19 h 25, le comité suspend ses travaux.

À 19 h 30, le comité reprend ses travaux.

Mme Miljan fait une déclaration et répond aux questions.

À 20 h 31, le comité suspend ses travaux jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

ATTESTÉ :

OTTAWA, Tuesday, October 25, 2005

(62)

[English]

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day, in camera, at 9:38 a.m., in room 505, Victoria Building, the Chair, the Honourable Joan Fraser, presiding.

Members of the committee present: The Honourable Senators Chaput, Fraser, Johnson, Mercer, Munson, Phalen, and Tkachuk (7).

In attendance: Terrence Thomas, Analyst, Parliamentary Information and Research Services, Library of Parliament, and David Black, Special Advisor to the Committee.

Pursuant to the Order of Reference adopted by the Senate on Tuesday, October 19, 2004, the committee continued its examination of the current state of Canadian media industries. (For complete text of Order of Reference, see proceedings of the committee, Issue No. 1, dated October 7, 2004.)

Pursuant to rule 92(2)(f), the committee considered a draft report.

At 11:24 a.m., it was agreed that the committee adjourn to the call of the Chair.

ATTEST:

OTTAWA, Wednesday, October 26, 2005

(63)

[English]

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day, in camera, at 6:17 p.m., in room 505, Victoria Building, the Chair, the Honourable Joan Fraser, presiding.

Members of the committee present: The Honourable Senators Eyton, Fraser, Johnson, Mercer, Merchant, and Tkachuk (6).

In attendance: Terrence Thomas, Analyst, Parliamentary Information and Research Services, Library of Parliament, and David Black, Special Advisor to the Committee.

Pursuant to the Order of Reference adopted by the Senate on Tuesday, October 19, 2004, the committee continued its examination of the current state of Canadian media industries. (For complete text of Order of Reference, see proceedings of the committee, Issue No. 1, dated October 7, 2004.)

Pursuant to rule 92(2)(f), the committee considered a draft report.

At 7:34 p.m., it was agreed that the committee adjourn to the call of the Chair.

ATTEST:

OTTAWA, le mardi 25 octobre 2005

(62)

[Traduction]

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui, à huis clos, à 9 h 38, dans la pièce 505 de l'édifice Victoria, sous la présidence de l'honorable Joan Fraser (*présidente*).

Membres du comité présents : Les honorables sénateurs Chaput, Fraser, Johnson, Mercer, Mercer, Munson, Phalen et Tkachuk (7).

Également présents : Terrence Thomas, analyste, Service d'information et de recherche parlementaires, Bibliothèque du Parlement, et David Black, conseiller spécial du comité.

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le mardi 19 octobre 2004, le comité poursuit son examen de l'état actuel des industries de médias canadiennes. (*L'ordre de renvoi figure dans le fascicule n° 1 des délibérations du comité du 7 octobre 2004.*)

Conformément à l'alinéa 92(2)(f) du Règlement, le comité examine un projet de rapport.

À 11 h 24, le comité suspend ses travaux jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

ATTESTÉ :

OTTAWA, le mercredi 26 octobre 2005

(63)

[Traduction]

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui, à huis clos, à 18 h 17, dans la pièce 505 de l'édifice Victoria, sous la présidence de l'honorable Joan Fraser (*présidente*).

Membres du comité présents : Les honorables sénateurs Eyton, Fraser, Johnson, Mercer, Merchant et Tkachuk (6).

Également présents : Terrence Thomas, analyste, Service d'information et de recherche parlementaires, Bibliothèque du Parlement, et David Black, conseiller spécial du comité.

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le mardi 19 octobre 2005, le comité poursuit son examen de l'état actuel des industries de médias canadiennes. (*L'ordre de renvoi figure dans le fascicule n° 1 des délibérations du comité du 7 octobre 2004.*)

Conformément à l'alinéa 92(2)(f) du Règlement, le comité examine un projet de rapport.

À 19 h 34, le comité suspend ses travaux jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

ATTESTÉ :

OTTAWA, Tuesday, November 1, 2005
(64)

[English]

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day, in camera, at 9:33 a.m., in room 505, Victoria Building, the Chair, the Honourable Joan Fraser, presiding.

Members of the committee present: The Honourable Senators Carney, P.C., Chaput, Fraser, Mercer, Phalen, and Tkachuk (6).

In attendance: Terrence Thomas, Analyst, Parliamentary Information and Research Services, Library of Parliament, and David Black, Special Advisor to the Committee.

Pursuant to the Order of Reference adopted by the Senate on Tuesday, October 19, 2004, the committee continued its examination of the current state of Canadian media industries. (*For complete text of Order of Reference, see proceedings of the committee, Issue No. 1, dated October 7, 2004.*)

Pursuant to rule 92(2)(f), the committee considered a draft report.

At 11:12 a.m., it was agreed that the committee adjourn to the call of the Chair.

ATTEST:

OTTAWA, Wednesday, November 2, 2005
(65)

[English]

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day in camera, at 6:20 p.m., in room 505, Victoria Building, the Chair, the Honourable Joan Fraser, presiding.

Members of the committee present: The Honourable Senators Carney, P.C., Fraser, Mercer, Munson, Phalen, and Tkachuk (6).

In attendance: Terry Thomas, Analyst, Parliamentary Information and Research Services, Library of Parliament and David Black, Special Advisor to the Committee.

Pursuant to the Order of Reference adopted by the Senate on Tuesday, October 19, 2004, the committee continued its examination of the current state of Canadian media industries. (*For complete text of Order of Reference, see proceedings of the committee, Issue No. 1, dated October 7, 2004.*)

Pursuant to rule 92(2)(f), the committee considered a draft report.

OTTAWA, le mardi 1^{er} novembre 2005
(64)

[Traduction]

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui, à huis clos, à 9 h 33, dans la pièce 505 de l'édifice Victoria, sous la présidence de l'honorable Joan Fraser (*présidente*).

Membres du comité présents : Les honorables sénateurs Carney, C.P., Chaput, Fraser, Mercer, Phalen et Tkachuk (6).

Également présents : Terrence Thomas, analyste, Service d'information et de recherche parlementaires, Bibliothèque du Parlement, et David Black, conseiller spécial du comité.

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat la mardi 19 octobre 2004, le comité poursuit son examen de l'état actuel des industries de médias canadiennes. (*L'ordre de renvoi figure dans le fascicule n° 1 des délibérations du comité du 7 octobre 2004.*)

Conformément à l'alinéa 92(2)f du Règlement, le comité examine un projet de rapport.

À 11 h 12, le comité suspend ses travaux jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

ATTESTÉ :

OTTAWA, le mercredi 2 novembre 2005
(65)

[Traduction]

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui, à huis clos, à 18 h 20, dans la pièce 505 de l'édifice Victoria, sous la présidence de l'honorable Joan Fraser (*présidente*).

Membres du comité présents : Les honorables sénateurs Carney, C.P., Fraser, Mercer, Munson, Phalen et Tkachuk (6).

Également présents : Terry Thomas, analyste, Service d'information et de recherche parlementaires, Bibliothèque du Parlement, et David Black, conseiller spécial du comité.

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat la mardi 19 octobre 2004, le comité poursuit son examen de l'état actuel des industries de médias canadiennes. (*L'ordre de renvoi figure dans le fascicule n° 1 des délibérations du comité du 7 octobre 2004.*)

Conformément à l'alinéa 92(2)f du Règlement, le comité examine un projet de rapport.

At 8:50 p.m., it was agreed that the committee adjourn to the call of the Chair.

ATTEST:

À 20 h 50, le comité suspend ses travaux jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

ATTESTÉ :

Le greffier du comité,

Till Heyde

Clerk of the Committee

EVIDENCE

OTTAWA, Tuesday, October 18, 2005

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day at 9:35 a.m. to examine the current role of Canadian media industries; emerging trends and developments in these industries; the media's role, rights and responsibilities in Canadian society; and current and appropriate future policies relating thereto.

Senator David Tkachuk (*Deputy Chairman*) in the chair.

[*English*]

The Deputy Chairman: We have quorum. We call the meeting to order. I would like to welcome our witnesses, and those of you who may be watching on TV, to the hearings on the state of the Canadian news media and the appropriate role of public policy that we are grappling with here in our committee, and have been over the last year.

I am pleased to welcome as witnesses today representatives of Magazines Canada, a national non-profit association representing Canadian magazines across the country. The member magazines span a wide range of topics: Sports, arts, culture, lifestyle, the whole works. Whoever has a magazine and wants to join the association will join.

Today we are joined by Jim Everson, Executive Director of Public Affairs for Magazines Canada, and John Thomson, who is in front of us here in the witness chair. Mr. Everson will be sitting to the right of us. We are also joined today by Ms. Sylvaine Gombert, who is a former board member of Magazines Canada.

John L. Thomson, Chief Executive Officer and Publisher, Canadian Geographic, Magazines Canada: Thank you for inviting Magazines Canada to provide our views and recommendations to the Standing Senate Committee on Transport and Communications as it examines Canada's media industries and the role of public policy in ensuring that Canadian news media remain healthy, independent and diverse.

I would like to provide some background about Magazines Canada and then move on to address the committee's current areas of interest. I will talk specifically about the current state of magazines in Canada, the kinds of challenges we face, and the kinds of public policy that Magazines Canada believes would best help the industry deal with these issues.

Magazines Canada, formerly known as the Canadian Magazine Publishers Association, is the leading consumer magazine industry association in Canada, representing 90 per cent of all paid circulation consumer magazines. Member magazines span a wide range of topics, including business, news, politics, sports, arts, culture, leisure, lifestyles and the environment, just to name a few.

TÉMOIGNAGES

OTTAWA, le mardi 18 octobre 2005

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui, à 9 h 35, pour examiner l'état actuel des industries de médias canadiennes; les tendances et les développements émergents au sein de ces industries; le rôle, les droits et les obligations des médias dans la société canadienne; et les politiques actuelles et futures appropriées par rapport à ces industries.

Le sénateur David Tkachuk (*vice-président*) occupe le fauteuil.

[*Traduction*]

Le vice-président : Nous avons le quorum. La séance est ouverte. J'aimerais souhaiter à nos témoins, ainsi qu'aux personnes qui nous regardent à la télévision, la bienvenue aux audiences du comité sur l'état des médias d'information canadiens et le rôle de la politique publique que nous essayons de définir ici, sujet sur lequel nous nous sommes penchés au cours de l'année dernière.

J'ai le plaisir d'accueillir aujourd'hui des représentants de Magazines Canada, une association nationale à but non lucratif qui représente les magazines canadiens partout au pays. Ses membres touchent toute une gamme de sujets : sports, arts, culture, style de vie, et cetera. Quiconque a un magazine peut se joindre à l'association.

Nous sommes accompagnés aujourd'hui de Jim Everson, directeur général des affaires publiques de Magazines Canada, et de John Thomson, qui est devant nous dans le fauteuil du témoin. M. Everson sera assis à notre droite. Nous recevrons également aujourd'hui Mme Sylvaine Gombert, ancienne membre du conseil d'administration de Magazines Canada.

John L. Thomson, directeur général et éditeur, Canadian Geographic, Magazines Canada : Merci d'avoir invité Magazines Canada à faire part de son point de vue et de ses recommandations au Comité sénatorial permanent des transports et des communications dans le cadre de l'examen des industries des médias du Canada et du rôle que joue la politique publique pour que les médias canadiens d'information demeurent vigoureux, indépendants et diversifiés.

J'aimerais tout d'abord vous parler un peu de Magazines Canada, avant d'aborder les questions qui intéressent actuellement le comité. Je parlerai plus précisément de l'état actuel des magazines au Canada, les défis qui nous guettent et le type de politique publique qui, de l'avis de Magazines Canada, aiderait l'industrie à relever ces défis.

Magazines Canada, qui s'appelait autrefois l'Association des éditeurs de magazines canadiens, est la principale association de magazines au Canada, représentant environ 90 p. 100 de tous les magazines d'intérêt général à diffusion payée. Les magazines membres couvrent toute une gamme de sujets : les affaires, l'actualité, la politique, les sports, les arts, la culture, les loisirs, les modes de vie et l'environnement, pour n'en nommer que quelques-uns.

Canada has a vibrant and culturally rich magazine industry with more than 2,300 titles and more than 777 million copies distributed annually. The industry employs more than 9,400 people through full- and part-time work, plus an additional 5,000 freelance contributors. These are writers, editors, photographers, designers, illustrators and artists.

The industry generates more than \$1.5 billion in revenue, making a significant contribution to Canada's economic growth. The Canadian magazine industry is a knowledge-based sector with a highly skilled smart-job workforce, including editors, writers, artists, photographers, art directors, executives and managers.

In addition, magazines generate significant revenue within other Canadian sectors through print production and distribution. In total, the industry spends more than \$1.4 billion in Canada.

However, because of intense price competition from foreign titles for copy and subscription sales, for advertising from other Canadian media and, increasingly, from foreign magazine split runs, profitability of the Canadian magazine industry is very modest. It is 6 to 8 per cent, according to Statistics Canada. This leaves Canadian magazines of whatever size vulnerable to even small shifts or downturns in the advertising market and to changes in government policies and programs.

In terms of where we are at today within the Canada magazine industry, there are three important points I would like to make.

First, Canadians love Canadian magazines and Canadian content. In a tough, competitive environment awash in titles from the United States, Canada's magazines continue to deliver Canadian perspectives to Canadians better than any other cultural product. Canadian magazines account for roughly 41 per cent of all magazine reading in Canada, versus Canadian films, which occupy 3 per cent of screen time. That is a vast difference.

Ninety-two per cent of Canadians agree that Canadian magazines play a significant role in informing Canadians about each other; 88 per cent feel it is personally important that a magazine have editorial content created specifically for Canadians; 90 per cent say that U.S. titles do not effectively cover Canadian issues.

Today, more than 90 per cent of Canadian magazine content is created by Canadians, and 99 per cent of the magazines published in Canada are Canada controlled. Canadian magazines consistently average more than 80 per cent of Canadian-authored content, with approximately 400,000 unique pages of original editorial content created every year.

Having access to Canadian perspectives through the medium of magazines continues to be exceptionally important to Canadians. It also directly supports the Canadian government's

Le Canada peut compter sur une industrie du magazine à la fois vigoureuse et culturellement riche, qui propose plus de 2 300 titres et distribue plus de 777 millions d'exemplaires par année. Le secteur emploie plus de 9 400 personnes à temps plein et à temps partiel, auxquelles s'ajoutent 5 000 rédacteurs, réviseurs, photographes, concepteurs, illustrateurs et artistes à la pige.

Le secteur génère un revenu de plus de 1,5 milliard de dollars, contribuant ainsi de façon importante à la croissance économique du Canada. L'industrie canadienne du magazine est un secteur du savoir qui réunit une main-d'œuvre hautement qualifiée, y compris des réviseurs, des rédacteurs, des artistes, des photographes, des directeurs artistiques, des cadres et des gestionnaires.

De plus, l'impression et la distribution des magazines génèrent des revenus importants dans d'autres secteurs canadiens. Au total, l'industrie dépense plus de 1,4 milliard de dollars au Canada.

Toutefois, en raison de la concurrence féroce dans les prix qu'exercent les titres étrangers tant pour la vente au détail que les abonnements, de la concurrence des autres médias canadiens pour la publicité et, de plus en plus, du tirage par moitié des magazines étrangers, les profits de l'industrie canadienne du magazine sont très modestes, soit de 6 à 8 p. 100, selon Statistique Canada. Peu importe leur taille, les magazines canadiens sont donc vulnérables aux moindres changements ou revers dans le marché de la publicité et aux changements de politiques et de programmes gouvernementaux.

Concernant l'état actuel de l'industrie canadienne du magazine, il y a trois choses importantes que j'aimerais souligner.

En premier lieu, les Canadiens aiment les magazines canadiens et le contenu canadien. Dans un environnement difficile et compétitif où les produits américains abondent, les magazines canadiens, mieux que tout autre produit culturel, continuent de présenter le point de vue canadien aux Canadiens. Ils représentent environ 41 p. 100 de tous les magazines lus au Canada, contrairement aux films canadiens qui occupent 3 p. 100 du temps d'écran. La différence est énorme.

Par ailleurs, 92 p. 100 des Canadiens sont d'avis que les magazines canadiens jouent un rôle important en informant les Canadiens sur leurs concitoyens; 88 p. 100 estiment qu'il importe qu'un magazine ait un contenu rédactionnel créé spécialement pour les Canadiens; 90 p. 100 disent que les publications américaines ne traitent pas efficacement des enjeux canadiens.

Aujourd'hui, plus de 90 p. 100 du contenu des magazines canadiens est créé par des Canadiens, et 99 p. 100 des magazines publiés au Canada sont sous contrôle canadien. En moyenne, plus de 80 p. 100 du contenu est rédigé par des Canadiens et près de 400 000 pages de contenu rédactionnel original sont écrites chaque année.

Avoir accès aux points de vue canadiens par le truchement des magazines continue d'être extrêmement important pour les Canadiens. De plus, cet accès appuie directement les objectifs

cultural objectives of connecting Canadians to one other and helping to ensure there is a choice of affordable Canadian content available across the country.

The second point I would like to make is that the world of magazine publishing in Canada is both diverse and accessible. Magazine publishing is a highly entrepreneurial activity with low barriers to entry, allowing for magazines to be published in all regions of the country.

In fact, more than two-thirds of Magazines Canada membership is made up of independently owned titles with circulations of less than 10,000. It is in these small to medium-sized publications that we see Canada's rich diversity displayed to advantage. For almost every area of interest, there is a magazine to tell the story, from Inuit art to horse breeding to Canadian business to diversity itself.

Small magazines provide an essential voice for minority interest communities. Many focus on new Canadians, keeping them in touch with world developments and relating their experiences with news about their new Canadian home.

Because magazines operate in an open sector, the industry is very accessible to prospective publishers and writers interested in giving voice to new interests, lifestyles, news and information. In fact, the number of Canadian titles continues to expand, offering even more choice to readers and benefiting the development of small and medium-sized magazines.

The number of Canadian magazine titles has gone from just 660 in 1960 to 1,500 in the mid-1990s, and higher still, to 2,300, in 2004.

The third point I would like to make is that the magazine industry cultivates a great diversity of ideas, perspectives and viewpoints. Without the time constraints faced by the broadcast world, for example, magazines are able to make a deeper dive into a variety of subjects and important issues of the day and yet still be more timely than books. Magazines provide more in-depth analysis and knowledgeable, well-researched content. Often, the goal of these publications is to inform debate and encourage dialogue amongst Canadians. While many of these magazines may not have a broad circulation base, the more important point to note is they continue to thrive and multiply in the noisy, fragmented and competitive media marketplace.

As we look to the future of the magazine industry, our members are focused on attaining an ambitious 50 per cent share of the magazine market in Canada. This means that Canadian magazines will be more aggressive on newsstands, buying space occupied by foreign publications and making Canadian magazines more accessible. This goal can only be achieved if it is undertaken in partnership with government and supported by sound cultural policies, something to which I will speak a little more in a few minutes.

culturels du gouvernement du Canada, qui consistent à relier les Canadiens les uns aux autres et à garantir qu'il existe un choix de contenu canadien abordable partout au pays.

En deuxième lieu, j'aimerais souligner que le monde du magazine au Canada est à la fois diversifié et accessible. Publier un magazine est une activité d'entrepreneuriat à laquelle on peut s'adonner sans trop d'obstacles, ce qui permet la publication de magazines dans toutes les régions du pays.

En fait, plus des deux tiers des membres de Magazines Canada sont de petites publications indépendantes ayant un tirage de moins de 10 000 exemplaires. C'est dans ces petites et moyennes publications que la riche diversité canadienne s'exprime le mieux. Pour presque toutes les aires d'intérêt, il existe un petit magazine qui raconte les faits, que ce soit sur l'art inuit, l'élevage de chevaux, les affaires canadiennes ou encore la diversité elle-même.

Les petits magazines donnent une voix essentielle aux communautés d'intérêts minoritaires. Nombre de magazines s'adressent principalement aux nouveaux Canadiens, les informant des développements mondiaux et établissent un pont entre leurs expériences passées et leur nouvelle patrie canadienne.

Parce que le monde des magazines est un secteur ouvert, l'industrie est très accessible à tous les éditeurs et rédacteurs potentiels intéressés à faire valoir des intérêts, des styles de vie et des enseignements nouveaux. En fait, le nombre de titres canadiens continue de croître, offrant toujours plus de choix aux lecteurs et profitant du développement des magazines de petite et de moyenne taille.

Le nombre de magazines canadiens est passé d'à peine 660 en 1960 à 1 500 au milieu des années 90, puis à 2 300 en 2004.

En troisième lieu, j'aimerais souligner que l'industrie du magazine cultive une grande diversité d'idées, de perspectives et de points de vue. Sans les contraintes de temps que connaît le monde de la radiodiffusion, par exemple, les magazines peuvent approfondir davantage divers sujets et d'importantes questions d'actualité tout en étant plus à jour que les livres. Les magazines fournissent une analyse plus en profondeur et un contenu informé et bien étayé. Très souvent, ces publications ont pour objectif d'éclairer des débats et d'encourager le dialogue entre les Canadiens. Même si bon nombre de ces magazines n'ont pas une vaste diffusion, ils continuent de se développer et de se multiplier dans le marché bruyant, fragmenté et concurrentiel des médias.

Dans une perspective d'avenir, nos membres visent à accaparer 50 p. 100 du marché canadien du magazine. Les magazines canadiens prendront donc des mesures plus énergiques dans les kiosques à journaux, en achetant l'espace occupé par les publications étrangères pour devenir ainsi plus accessibles. Cet objectif ambitieux ne peut être atteint qu'en partenariat avec le gouvernement et qu'avec l'appui de politiques culturelles réfléchies, dont je vais vous parler plus en détail dans quelques minutes.

In terms of challenges facing the Canadian magazine industry, the most significant one by far is the heavy concentration of U.S. magazines on Canadian newsstands. To help provide some additional context, think of this: Canada is an open market for U.S. magazines. We have a large English-speaking audience, educated and affluent, living right next door to the audience already being served in the United States. If you then factor in the easy flow of cultural materials, the common interest in language in most of North America, the enormous influence and size of the U.S. entertainment industry, you can begin to appreciate the implications of the overwhelming foreign presence on Canadian newsstands, where U.S. magazines account for a staggering 95 per cent of English-language sales.

We noted in the committee's interim report that the committee heard from both Rogers Publishing and Transcontinental Media about the importance of the Publications Assistance Program, or PAP, and the Canada Magazine Fund. Magazines Canada would like to reiterate how critical both these programs are to the success of the Canadian magazine industry.

The Publications Assistance Program meets the challenge of Canada's geography. It is critically important to the magazine publishing industry because it guarantees that Canadians have access to affordable Canadian magazines in all parts of the country. Put another way, it allows subscriptions to Canadian magazines to be competitively priced against foreign titles with much lower cost structures.

Producing a high-quality Canadian magazine is one thing, but it is another challenge all together to move it physically from the printing plant to individual addresses across Canada's enormous territory at a price consumers will pay. Maintaining an efficient and affordable distribution system for Canadian magazines continues to be of critical importance.

We would also agree with what Brian Segal of Rogers Publishing said about the PAP when he appeared before this committee in October 2003. He said at that time that the PAP represents one of the most efficient of our Canadian cultural policies. That is still the case today. The Publications Assistance Program is a market-driven program that helps to create a stronger and more competitive industry. Based on the design of the program, a publisher must have a prepaid subscription contract with a reader before the magazine can be delivered. Subsidies are drawn only once revenue has been secured, which means every penny of subsidy goes toward the affordability of a subscription. Canadians have first chosen to purchase with their own money. From an economic and productivity standpoint, the Publications Assistance Program is highly efficient and helps the magazine sector drive its own performance and pursue increased circulation revenues.

The solid growth of the magazine sector over the last 30 years owes its success in large part to programs like the Publications Assistance Program that have provided a supportive, predictable business environment shaped by federal government policy and

Concernant les défis que doit relever l'industrie, le plus important est, de loin, la forte concentration des magazines états-uniens dans les kiosques à journaux canadiens. Pour vous situer un peu plus en contexte, pensez à ceci : le Canada est un marché ouvert aux magazines états-uniens. Nous sommes un grand public anglophone, instruit et à l'aise, voisin d'un public déjà servi aux États-Unis. Si vous tenez compte de la circulation facile du matériel culturel, de la langue et des intérêts communs dans la majeure partie de l'Amérique du Nord, de l'envergure et de l'énorme influence de l'industrie du divertissement des États-Unis, vous pouvez commencer à comprendre les effets de l'écrasante présence étrangère dans les kiosques à journaux canadiens, où les magazines états-uniens représentent 95 p. 100 des ventes de publications de langue anglaise, ce qui est stupéfiant.

Nous avons remarqué dans le rapport provisoire du comité que des représentants de Rogers Publishing et Médias Transcontinental vous ont parlé de l'importance du Programme d'aide aux publications, le PAP, et du Fonds du Canada pour les magazines. Magazines Canada aimerait redire à quel point ces deux programmes sont essentiels au succès du secteur canadien du magazine.

Le Programme d'aide aux publications permet de relever le défi que pose la géographie du Canada. Il revêt une importance vitale pour l'industrie puisqu'il garantit aux Canadiens un accès à des magazines canadiens abordables partout au pays. Autrement dit, il permet d'offrir des abonnements aux magazines canadiens à des prix concurrentiels par rapport aux publications étrangères avec des structures de coût beaucoup moins élevées.

Produire un magazine canadien de qualité est une chose, mais c'en est une autre de le transporter de l'imprimerie jusqu'à la porte des Canadiens répartis sur l'immense territoire de notre pays et ce, à un prix abordable pour le consommateur. Le maintien d'un système de distribution efficace et abordable des magazines canadiens continue d'être vital pour l'industrie du magazine.

Nous sommes également d'accord avec Brian Segal, de Rogers Publishing, qui a comparu devant votre comité en octobre 2003 et a dit que le PAP représentait l'une des politiques culturelles canadiennes les plus efficaces. C'est encore le cas aujourd'hui. Le Programme d'aide aux publications est axé sur le marché et contribue à créer une industrie plus forte et plus concurrentielle. Le programme est conçu de telle sorte qu'un éditeur doit avoir un contrat prépayé d'abonnement avec un lecteur avant de livrer le magazine. Les subventions sont versées seulement lorsque le revenu est garanti, ce qui signifie que chaque cent octroyé vise à rendre abordable un abonnement que les Canadiens ont d'abord choisi d'acheter avec leur propre argent. Du point de vue de l'économie et de la productivité, le Programme d'aide aux publications est très efficace et aide le secteur du magazine à pousser sa propre performance et à chercher à accroître les recettes issues de son tirage.

La solide croissance du secteur du magazine au cours des 30 dernières années est attribuable en grande partie à des programmes comme le PAP, qui assure un environnement d'affaires prévisible et soutenu, façonné par la politique et les

programs. During that time, Canadian magazines have been able to double their share of domestic readership from 20 per cent to more than 40 per cent.

Yet one area of extreme concern to Magazines Canada is that the Publications Assistance Program is currently at risk. In fact, the program is in crisis. This is because its budget has been fixed for many years, even as postal rates have increased annually at several times the cost of living. In fact, the postage rate for mid-sized magazines has more than doubled just in the last five years. This makes it ever more difficult for Canadian publishers to remain viable, and for smaller publishers, who might eventually lose their capacity to compete in the Canadian market at all.

[Translation]

Ms. Sylvaine Gombert, as an individual: Today, 59 per cent of magazines sold in Canada are foreign titles, mostly originating in the United States. Canada is a profitable market for our neighbours to the south and it is easy to market in Canada the same product designed for the U.S. market. The size of the U.S. market allows for economies of scale.

Canadian publishers have a difficult time competing with the U.S. giant without government support. A trip to the newsstand provides a glimpse of the market share taken up for foreign titles, particularly by U.S. magazines.

There is only so much newsstand space available and small magazines that cannot match U.S. magazines in terms of overall sales will be pulled by the distributor. In addition, small publishers cannot afford to pay for newsstand space.

U.S. magazines account for 95 per cent of newsstand sales. However, when it comes to magazine subscriptions, the ratio is different. In fact, 70 per cent of subscriptions sold in Canada are for Canadian magazines and this is largely due to the Publications Assistance Program which enables Canadian publishers, both large and small, to sell their magazines across the country at competitive prices. Many small magazines depend on their list of subscribers for their survival.

Magazines Canada emphasizes that the Publications Assistance Program is critically important to the Canadian magazine industry because it guarantees that Canadian readers have access to affordable, high-quality magazines that are in keeping with their interests.

When Brian Segal appeared before this committee, he stressed that the Publications Assistance Program represents one of the most effective Canadian cultural policy tools. The survival of the PAP is threatened at the present time by regular increases in postal rates. Small publishers are finding it hard to turn a profit and their survival is threatened as well.

programmes du gouvernement fédéral. Durant cette période, les magazines canadiens ont été en mesure de doubler leur part du lectorat canadien, qui est passé de 20 p. 100 à plus de 40 p. 100.

Or, Magazines Canada est extrêmement inquiet de voir que le Programme d'aide aux publications est actuellement en péril. En fait, le programme est en situation de crise, parce que son budget est fixe depuis de nombreuses années, même si les coûts postaux ont connu des hausses annuelles maintes fois plus fortes que celles du coût de la vie. En fait, les frais postaux pour un magazine de taille moyenne ont plus que doublé au cours des cinq dernières années seulement. Les éditeurs canadiens ont donc encore plus de difficulté à maintenir la viabilité de leurs produits et les plus petits éditeurs pourraient bien ne plus être compétitifs sur le marché canadien.

[Français]

Mme Sylvaine Gombert, à titre personnel : Aujourd'hui, 59 p. 100 des magazines vendus au Canada sont étrangers et majoritairement américains. C'est un marché rentable pour nos voisins et il est facile de distribuer au Canada le même produit qui a été conçu pour le marché américain. La taille de leur marché leur permet d'importantes économies d'échelle.

Il est difficile pour l'éditeur canadien de concurrencer un tel géant sans un soutien gouvernemental. Il suffit d'aller dans un kiosque à journaux pour constater la place qu'occupent les magazines étrangers, plus particulièrement les magazines américains.

L'espace n'est pas élastique et le petit magazine ne sera pas retenu par le distributeur parce qu'il n'est pas suffisamment rentable par rapport au magazine américain qui vend beaucoup plus. De plus, le petit éditeur n'aura pas les moyens de se payer les frais de mise en place en kiosque.

Le magazine américain représente 95 p. 100 des ventes. Toutefois, si on regarde du côté des abonnements aux magazines, le ratio est différent. En fait, 70 p. 100 des abonnements vendus au Canada sont des abonnements à des magazines canadiens et c'est en grande partie grâce au Programme d'assistance aux publications. Cette subvention permet aux éditeurs canadiens, grands et petits, de vendre leurs magazines à travers le pays à des prix concurrentiels. Et ce portefeuille d'abonnés pour chaque magazine est nécessaire à la survie de beaucoup de petits magazines.

Magazines Canada insiste sur le fait que le Programme d'assistance aux publications est nécessaire à l'industrie des magazines canadiens. Il garantit aux lecteurs canadiens une presse canadienne abordable, de qualité, et qui répond à leurs intérêts.

Brian Segal l'a d'ailleurs souligné lorsqu'il a comparu devant ce comité. Le Programme d'assistance aux publications représente l'un des outils les plus efficaces de la politique culturelle canadienne. Or, ce programme d'assistance est actuellement remis en cause par l'augmentation régulière de tarifs postaux et il devient difficile pour les petits éditeurs de rester rentables. Leur survie est menacée.

Consequently, we recommend that public funding of the Publications Assistance Program be increased to ensure the effective Canada-wide distribution, at affordable prices, of Canadian magazines.

We also recommend that clear rules be set down, rules that cannot be changed without sufficient advance notice, so as to allow publishers time to deal with the situation. This would be in the best interest of Canadian publishers, whether large or small.

[English]

Mr. Thomson: It is our recommendation in the strongest possible terms that public investment in the Publications Assistance Program be increased to help ensure the competitiveness of and affordable access to Canadian magazines in all parts of the country.

The other critically important program to the Canadian magazine industry is the Canada Magazine Fund, or CMF. The CMF is a vital program that helps magazines in the all-important area of producing competitive, high-quality editorial content. U.S. magazines with open access to the Canadian market are spared the cost of producing Canadian editorial content. American magazines typically have editorial budgets that are, per page, several times greater than those of their Canadian competitors. Yet, because of their economies of scale and their hugely populous home markets, these larger editorial budgets are actually a lower percentage of total costs than in Canada, leaving more money for aggressive marketing and healthy profits.

This highly competitive operating environment, also featuring relentless, large postal increases, puts the pressure on Canadian magazines to cut back on editorial expenses, one of the few non-fixed costs a publisher can reduce. Yet such a move would clearly not be in the best interests of Canadians, who have unequivocally stated that they want and need to read relevant Canadian content.

The Canada Magazine Fund also plays a critical role with its program components to support the health and growth of small-circulation titles by providing financial assistance, allowing them to attract new subscribers and generate awareness of their existence.

Best of all, the Canada Magazine Fund achieves what it was designed to do. Canadian content makes up 93 per cent of the magazine contents supported by the fund.

In terms of where Canada's magazine industry is headed, I mentioned earlier that Magazines Canada has set an attainable but ambitious goal of reaching 50 per cent market share of magazine reading in Canada. This is what we call our "Fight for 50" campaign.

I also mentioned that in order to do this, the magazine industry would be getting more aggressive on newsstands and making Canadian magazines more accessible. Taking back our place on the newsstands and in mailboxes can only be achieved if it is approached in partnership with the federal government and

En conséquence, nous recommandons une augmentation de l'investissement public dans le Programme d'assistance aux publications de façon à assurer une distribution efficace et à prix abordable des magazines canadiens à travers le pays.

Nous recommandons aussi l'établissement de règles claires ne permettant pas des changements sans une période de préavis suffisante pour composer avec ces changements. Tout cela est dans l'intérêt des éditeurs canadiens, qu'ils soient grands ou petits.

[Traduction]

M. Thomson : Nous recommandons fortement que le gouvernement investisse davantage dans le Programme d'aide aux publications pour favoriser la compétitivité et l'accès abordable aux magazines canadiens partout au pays.

Le Fonds du Canada pour les magazines, ou FCM, est l'autre programme d'une importance vitale pour l'industrie canadienne du magazine. Il s'agit d'un programme crucial qui aide les magazines à produire un contenu rédactionnel concurrentiel et de qualité. Les magazines américains qui ont un libre accès au marché canadien n'ont pas à payer le prix fort qu'exige la production d'un contenu rédactionnel canadien. Les budgets consacrés à la rédaction sont, par page, beaucoup plus élevés que ceux de leurs concurrents canadiens. Pourtant, à cause des économies d'échelle et des vastes marchés intérieurs, les budgets de rédaction des Américains représentent un plus faible pourcentage des coûts totaux, par rapport à ce que l'on trouve au Canada, ce qui laisse encore plus d'argent pour un marketing plus énergique et permet de tirer des profits appréciables.

Cet environnement hautement compétitif, auquel s'ajoutent des hausses constantes et importantes des frais postaux, incite les magazines canadiens à réduire les dépenses consacrées à la rédaction, soit l'un des coûts non fixes qu'un éditeur peut réduire. Or, une telle mesure ne serait certainement pas dans le meilleur intérêt des Canadiens, qui ont exprimé très clairement le désir et le besoin de lire un contenu canadien pertinent.

Le Fonds du Canada pour les magazines est aussi primordial pour la vitalité et la croissance des magazines à faible diffusion puisqu'il leur assure un soutien financier qui leur permet d'attirer de nouveaux abonnés et de se faire connaître.

Qui plus est, le Fonds du Canada pour les magazines atteint les objectifs pour lesquels il a été conçu. En effet, le contenu canadien représente 93 p. 100 des magazines qui reçoivent l'appui du fonds.

Concernant l'avenir de l'industrie canadienne du magazine, j'ai mentionné un peu plus tôt que Magazines Canada s'était fixé un but atteignable, mais ambitieux : celui d'accaparer 50 p. 100 du marché des magazines au Canada.

J'ai dit également que pour atteindre cet objectif, l'industrie du magazine devra adopter une approche plus énergique dans les kiosques à journaux et rendre les magazines canadiens plus accessibles. Nous ne pourrions reprendre notre place dans les kiosques à journaux et dans les boîtes aux lettres que si nous

supported by sound cultural policy that includes an enhanced investment in the Publications Assistance Program and a renewed commitment to the Canada Magazine Fund.

The PAP and the CMF are tremendously successful programs, which I think is best illustrated by the following example: In the face of one of the world's toughest competitors, Canadian magazines continue to outpace American publications in terms of page growth. Only eight U.S. titles have been able to penetrate the top 100 list of magazines in this country and spillover from the U.S. is in decline. The reason for this is more and more great Canadian magazine titles continue to emerge and thrive. Even more importantly, Canadian magazines feature editorial content that is uniquely relevant to Canadians. Clearly, the federal policies and programs for magazines are working, and working well indeed. These programs should be sustained and enhanced, certainly not curtailed.

Both the Publications Assistance Program and the Canada Magazine Fund support, predictably, Canada's largest magazine publishers. It is important to realize that these publishers are but minnows in the American publishing ocean. Each of the five largest U.S. publishers is, by itself, bigger than the entire Canadian magazine industry. Even more significantly, the government programs are essential to the survival of smaller magazines, which represent more than two-thirds of our membership in Magazines Canada.

We are talking about investments that drive not only the performance of the magazine sector, but also increase revenues in Canada. In the case of the Publications Assistance Program, it is a subsidy that actually makes money. In the case of the Canada Magazine Fund, it is an investment that directly supports the government's cultural objectives, supports content creators and helps relate news and information the Canadian way. It also helps Canadians to share their diverse perspectives and viewpoints with one another and to ensure that all voices have a place to be heard.

A strong and thriving Canadian magazine sector is good for Canada. It is good for Canadians who want and need access to Canadian perspectives, information, products and services. It is good for ensuring that Canadian magazines can continue to be an engaging, thoughtful voice for Canada's culturally diverse populations and the wide variety of interests and viewpoints that go with it.

The Government of Canada's magazine programs have played a crucial role in fostering the wonderful diversity of news, viewpoints and opinions found in Canada's magazines today. Looking to the future, they will continue to be invaluable in supporting the health and future growth of diversity in Canadian magazine publishing.

agissons en partenariat avec le gouvernement fédéral et que si nous avons l'appui d'une politique culturelle réfléchie, qui comprend un investissement accru dans le Programme d'aide aux publications et un engagement renouvelé envers le Fonds du Canada pour les magazines.

Le PAP et le FCM connaissent tous deux un immense succès, comme nous le montre bien l'exemple suivant : devant l'un des compétiteurs les plus féroces du monde, les magazines canadiens continuent de surpasser les publications américaines au chapitre de l'augmentation du nombre de pages. Seulement huit titres américains ont réussi à s'inscrire dans la liste des 100 meilleurs vendeurs au Canada et le rayonnement des États-Unis est en déclin. La raison en est que de plus en plus de grands titres canadiens continuent d'émerger et de se développer. Chose encore plus importante, les magazines canadiens sont les seuls à avoir un contenu rédactionnel pertinent pour les Canadiens. Il est clair que les politiques et les programmes fédéraux à l'intention des magazines donnent de bons résultats. Ces programmes doivent être maintenus et améliorés, et non le contraire.

Le Programme d'aide aux publications et le Fonds du Canada pour les magazines profitent bien sûr aux plus importants éditeurs de magazines du Canada. Il importe de se rendre compte que ces éditeurs ont bien peu de poids dans l'océan de l'édition américaine. Chacun des cinq plus grands éditeurs américains est, à lui seul, plus gros que l'ensemble de l'industrie canadienne du magazine. Chose encore plus importante, les programmes du gouvernement sont essentiels à la survie des petits magazines, qui représentent plus des deux tiers des membres de Magazines Canada.

Nous parlons d'investissements qui non seulement stimulent la performance du secteur du magazine, mais contribuent également à accroître les revenus au Canada. Dans le cas du Programme d'aide aux publications, il s'agit d'une subvention qui produit de l'argent. Dans le cas du Fonds du Canada pour les magazines, il s'agit d'un investissement qui appuie directement les objectifs culturels du gouvernement, qui soutient les créateurs de contenu et qui contribue à transmettre l'information à la manière des Canadiens. Il permet aussi aux Canadiens de partager leurs divers points de vue et de garantir que toutes les voix ont une tribune où se faire entendre.

La vitalité et le développement du secteur canadien du magazine profitent au Canada et profitent aux Canadiens qui veulent et qui doivent avoir accès aux perspectives, à l'information, aux produits et aux services canadiens. C'est par cette vitalité et ce développement que les magazines canadiens peuvent continuer d'être l'expression de la diversité culturelle canadienne ainsi que des intérêts et des points de vue variés qui lui sont propres.

Les programmes du gouvernement du Canada ont joué un rôle essentiel en favorisant l'extraordinaire diversité des nouvelles, des points de vue et des opinions que l'on trouve aujourd'hui dans les magazines du Canada. Dans une perspective d'avenir, ils seront encore inestimables pour soutenir la vitalité et la diversité toujours plus grande des magazines canadiens.

We thank the committee for the time you have given us today and we look forward to your questions.

The Deputy Chairman: I forgot to mention in the introduction that Mr. Thomson is the CEO and publisher of *Canadian Geographic*.

[Translation]

Senator Chaput: If I understand correctly, Magazines Canada currently represents over 300 magazines and approximately 2,000 titles. Regarding the Canadian magazine industry, are the magazines not among the 300 represented in fact news magazines? What type of publication are we talking about?

Ms. Gombert: They would be magazines not specifically intended for consumers, that is more specialized magazines or those in free circulation.

Senator Chaput: Of the 300 magazines represented by Magazines Canada, what percentage would you say are sold through subscriptions? Are these magazines also available on newsstands?

Ms. Gombert: All are available either through subscription or on newsstands.

Mr. Thomson: The percentage is between 80 and 95 per cent.

Ms. Gombert: So then, 90 per cent are sold on newsstands or through subscriptions. We cannot say what percentage subscriptions represent exactly. All we do know is that Canadian magazines account for 70 per cent of subscription sales in Canada.

Senator Chaput: I have one final question. The goal of reaching 50 per cent market share for magazines in Canada is laudable indeed. In your opinion, what actions need to be taken as soon as possible in order to reach this goal?

Ms. Gombert: The PAP is critically important to subscription growth.

[English]

Mr. Thomson: We hope to work in partnership with the government through the Canada Magazine Fund to obtain a larger share of the newsstand market. In the last several years we have done some test programs through a partnership between the Canada Magazine Fund and Magazines Canada members that have been successful in increasing marketing and market share. We would like to do more of those, which is why we think the Canada Magazine Fund is important and should be reinforced.

[Translation]

Ms. Gombert: Magazine quality can also contribute to increased sales.

Nous remercions le comité pour le temps qu'il nous a donné aujourd'hui et nous serons ravis de répondre à vos questions.

Le vice-président : J'ai oublié de mentionner dans ma présentation que M. Thomson est le directeur général et l'éditeur en chef du *Canadian Geographic*.

[Français]

Le sénateur Chaput : Magazines Canada, si je comprends bien, représente plus de 300 magazines et compte présentement environ 2 000 titres. Dans l'industrie canadienne de la revue, les magazines qui ne sont pas parmi ces 300 membres sont-ils des magazines d'actualité? De quel genre de magazine s'agit-il?

Mme Gombert : Ce sont des magazines qui ne s'adressent pas directement aux consommateurs mais plutôt des revues spécialisées ou des magazines mis en libre publication.

Le sénateur Chaput : Des 300 magazines membres de Magazines Canada, quel pourcentage diriez-vous sont des magazines par abonnement, et est-ce que ces magazines sont offerts également en kiosques?

Mme Gombert : Tous sont vendus par abonnement et en kiosques.

M. Thomson : Le pourcentage se situe entre 80 et 95 p. 100.

Mme Gombert : Donc, 90 p. 100 sont vendus en kiosques et par abonnement. On ne connaît pas exactement la part des abonnements sauf de dire que 70 p. 100 des abonnements au Canada sont à des magazines canadiens.

Le sénateur Chaput : Ma dernière question est la suivante. L'objectif de 50 p. 100 de la part du marché des magazines au Canada est un objectif des plus valables. Quelles seraient, d'après vous, les actions que vous devriez entreprendre le plus tôt possible pour atteindre cet objectif?

Mme Gombert : Le PAP est nécessaire pour le développement des abonnements.

[Traduction]

M. Thomson : Nous espérons travailler en partenariat avec le gouvernement, par l'entremise du Fonds du Canada pour les magazines, en vue d'accaparer une plus grande part du marché des kiosques à journaux. Au cours des dernières années, nous avons mené quelques programmes d'essai grâce à un partenariat entre le Fonds du Canada pour les magazines et les membres de Magazines Canada qui ont permis d'accroître le marketing et notre part du marché. Nous aimerions faire davantage, et c'est pourquoi nous croyons que le Fonds du Canada pour les magazines est important et doit être renforcé.

[Français]

Mme Gombert : La qualité des magazines peut également favoriser les ventes.

[English]

Senator Munson: You just said you wanted a larger share of the market, yet when any one of us walks into a magazine or a newspaper store on a Saturday or a Sunday morning, the saturation of American magazines, trash magazines and others is sitting there. How do you go about marketing to, with or without this subsidy, hundreds of news magazine stores to get *Canadian Geographic* or other magazines out there front and centre? In a free, entrepreneurial marketplace, it is that glitz that seems to sell. The portion of titles from the United States is right in our faces. I do not know how you would ever get 50/50 in the present climate.

Mr. Thomson: Let me start by saying that we have a 41 per cent share of reading now because we have about 80 per cent of the subscription market. That subscriber is our heartland for Canadian magazines. They often find us on the newsstand, but they stick with us through subscriptions. Our subscriptions are able to be competitively priced with American subscriptions because of the Publications Assistance Program.

On the English-language newsstand, American titles have 90 per cent of the dollar volume. Most of what you see there is paid-for display. They have glitzy covers, but Canadian magazines have attractive covers too. They are literally renting that shelf space. They are renting those checkout stands in the supermarket. They are paying to be there. As they have much larger margins than Canadian magazines and belong to much bigger consortia with much wider buying power, they can pay for more display space and more prominent locations than Canadian magazines normally can. That is why, through partnerships within the industry and between the industry and the Government of Canada, there is the opportunity to expand that.

One other thing that is important to this understanding is that Magazines Canada as an association provides a subsidized distribution service to its small magazine members. The big magazines within Magazines Canada pay disproportionately for the costs of the association. One of the most important services the association provides is a targeted distribution for small magazines that gets the diverse viewpoints among our 300 members out to newsstands, bookstores and specialty retailers, to all of those places where people are looking for variety.

That is done thanks to the cohesion and the collective activity of the industry itself. It is supported through the Canada Council for the Arts and, to some extent, Canadian Heritage.

[Traduction]

Le sénateur Munson : Vous venez juste de dire que vous souhaitez obtenir une plus grande part du marché, mais il suffit d'entrer dans des magasins de journaux le samedi ou le dimanche matin pour constater à quel point ils sont saturés de magazines américains, de revues de bas étage et d'autres trucs de ce genre. Avec ou sans cette subvention, comment procédez-vous pour faire en sorte que ces centaines de vendeurs de journaux accordent une place de choix à *Canadian Geographic*, par exemple? Dans un marché libre fondé sur l'entrepreneuriat, c'est ce genre de clinquant qui semble fonctionner. Il n'y a qu'à ouvrir les yeux pour voir la proportion de titres provenant des États-Unis. Je ne sais vraiment pas comment vous allez pouvoir en arriver à votre objectif de 50/50 dans les circonstances actuelles.

M. Thomson : Je veux tout d'abord préciser que nous avons une part de 41 p. 100 du lectorat parce que nous détenons environ 80 p. 100 du marché des abonnements. Ce marché est d'ailleurs le bastion traditionnel des magazines canadiens. Les gens nous découvrent souvent dans les présentoirs, mais ils nous demeurent fidèles en s'abonnant. Le Programme d'aide aux publications nous permet d'offrir nos abonnements à un tarif compétitif par rapport aux magazines américains.

Dans les stands de langue anglaise, les titres américains comptent pour 90 p. 100 du chiffre d'affaires. Dans la plupart des cas, les magazines ont payé pour leur place sur le présentoir. Ils ont des couvertures tape-à-l'œil, bien que les magazines canadiens ne s'en laissent pas imposer à ce chapitre. Ils louent véritablement cet espace sur les présentoirs. Ils louent également les présentoirs disposés près des caisses des supermarchés. Ils paient pour que leurs magazines y soient placés. Comme ils disposent de marges bénéficiaires beaucoup plus considérables que les magazines canadiens et qu'ils appartiennent à des consortiums beaucoup plus importants et dotés d'un pouvoir d'achat supérieur, ils peuvent se payer davantage de places sur les présentoirs et des emplacements plus intéressants, par rapport à ce que peuvent normalement se permettre les magazines canadiens. C'est à ce titre qu'il y a une possibilité d'améliorer les choses, en établissant des partenariats au sein même de l'industrie ainsi qu'entre l'industrie et le gouvernement du Canada.

Il faut également bien comprendre que Magazines Canada offre un service de distribution subventionné aux petits magazines qui sont membres de l'association. Les plus grands magazines qui font partie de Magazines Canada assument une part disproportionnée des coûts de l'association. L'un des plus importants services offerts par l'association est la distribution ciblée des petits magazines, de telle sorte que les points de vue diversifiés de nos 300 membres puissent se retrouver dans les kiosques à journaux, les librairies et les autres détaillants spécialisés, dans tous ces endroits où les gens peuvent trouver différentes choses.

La distribution est rendue possible par les efforts coordonnés de l'ensemble des intervenants de l'industrie. Elle profite du soutien du Conseil des arts du Canada et, dans une certaine mesure, de Patrimoine canadien.

Senator Munson: I understand that. I am hard pressed in small-town Canada to walk into any particular store and find any Canadian magazine, with the exception of *Maclean's*, *The Walrus* or *Saturday Night* thrown into the newspaper. Canadian titles do not leap out at you in a little store in this country, so there are some marketing issues there.

Mr. Thomson: It is a vicious circle. It is a result of the fact that Canadian magazines have smaller profit margins and, therefore, smaller marketing budgets.

Senator Munson: Could you be more specific on the Publication Assistance Program and the Canada Magazine Fund? How much money does the federal government contribute to either fund? What is the percentage that goes to your magazine association? Does it go directly to the association or to the individual magazine?

Mr. Thomson: Let me begin with the Publications Assistance Program.

The funding goes to magazines and is paid into their accounts at Canada Post to offset the net amount payable for mailing. It is directly linked to the physical distribution of the magazine and goes to Canada Post to reduce the mailing bill.

The budget for that program has been at \$49 million for a number of years. It was slated to drop to \$45 million this year. That drop has been postponed for one year. Even so, we learned on September 2 of this year, to the complete surprise of the industry, that there was not enough money in the fund even for this fiscal year.

For example, at *Canadian Geographic*, for the second half of the year, on 60 days' notice we have a 35 per cent increase in our cost of mailing magazines. That will rise to 52 per cent next April 1 as compared to the prior year.

In the space of 12 months, we have a 52 per cent increase in the cost of mailing our magazines. This is what we mean when we say it is in crisis. For most Canadian magazines, this really is a crisis. We have nothing like those kinds of profit margins or the ability to cut costs when we are already hard-pressed.

Senator Munson: Could you comment on the Canada Magazine Fund?

Mr. Thomson: That was originally a \$50-million program. It was cut to \$25 million, and half of that goes toward content creation on a pro rata basis. All participating magazines file what they have spent on content creation in the prior year, and then they get a pro rata share from the pot.

Senator Munson: Do you want that increased?

Le sénateur Munson : Je comprends cela. Dans les petites villes canadiennes, je trouve difficile de trouver en kiosque n'importe quel magazine canadien, à l'exception de *Maclean's*, *The Walrus* ou *Saturday Night* qui est encarté dans les journaux. Les titres canadiens ne nous sautent pas au visage dans les kiosques de notre pays, ce qui laisse supposer certains problèmes de mise en marché.

M. Thomson : C'est un cercle vicieux. Cela vient du fait que les magazines canadiens ont des marges de profit inférieures et, par conséquent, des budgets de marketing plus limités.

Le sénateur Munson : Pourriez-vous nous donner plus de détails sur le Programme d'aide aux publications et le Fonds du Canada pour les magazines? Quelle est la contribution financière du gouvernement fédéral pour chacun de ces programmes? Quelle proportion va à votre association? L'argent va-t-il à l'association ou directement aux différents magazines?

M. Thomson : Je vais débiter par le Programme d'aide aux publications.

Le financement va aux magazines et est versé dans leur compte à Postes Canada pour réduire le montant net à payer pour l'expédition. L'aide financière est donc directement liée à la distribution physique du magazine et est dirigée vers Postes Canada pour réduire les frais d'expédition.

Le budget alloué pour ce programme s'est établi à 49 millions de dollars pendant bon nombre d'années. Il a été réduit à 45 millions de dollars cette année. Cette baisse a été reportée d'une année. Quoi qu'il en soit, nous avons appris le 2 septembre dernier, à la surprise générale de l'industrie, que les fonds affectés au programme étaient insuffisants même pour le présent exercice financier.

Par exemple, à *Canadian Geographic*, nous avons dû encaisser pour le second trimestre de l'année, à 60 jours d'avis, une augmentation de 35 p. 100 de nos coûts d'expédition. Au 1^{er} avril prochain, cette hausse atteindra 52 p. 100 par rapport aux coûts de l'année précédente.

En 12 mois à peine, le coût d'envoi par la poste de nos magazines aura ainsi augmenté de 52 p. 100. C'est ce que nous voulons dire quand nous parlons de crise. Pour la plupart des magazines canadiens, c'est vraiment la crise. Nous ne disposons pas de ces marges de profit ou de ces possibilités de réduire les coûts alors que nous nous retrouvons déjà dans une situation difficile.

Le sénateur Munson : Qu'en est-il du Fonds du Canada pour les magazines?

M. Thomson : Ce programme était doté au départ d'un budget de 50 millions de dollars. Ce budget a été réduit à 25 millions de dollars dont la moitié est consacrée à la création de contenu, suivant une formule de prorata. Tous les magazines participants soumettent les dépenses engagées aux fins de la création de contenu au cours de l'année précédente et obtiennent ainsi une part proportionnelle des fonds disponibles.

Le sénateur Munson : Souhaitez-vous une augmentation de cette aide?

Mr. Thomson: Yes. It was originally twice as much. The Canada Magazine Fund deals with the economic challenge. Foreign competitors have more money to spend on content than do we. The fund allows us to invest in content, whereas PAP deals with the geographic challenge that we face as Canadians spread across 5,000 miles of country; it is very expensive to communicate with each other back and forth.

Senator Munson: Do you know if any of your members feel any pressure at all because of the subsidies and this fund to be nice to the federal government by placing the odd news story in *Canadian Geographic*, for example, about good things that are happening? Is it just a hands-off situation — here is the money, print a good magazine? Here is taxpayer money to help you out. Is there a quid pro quo there from time to time?

Mr. Thomson: I have been on the board of Magazines Canada for almost 10 years and I chaired it for two years. I have never heard of a single instance of any editorial considerations being asked for or even hinted at.

It is well understood in the industry and by the government officials who implement these programs that they are precisely about fostering a diversity of viewpoints and a healthy debate about public policy in Canada. I do not think there is any perception anywhere that there is any kind of trade-off here.

As you have no doubt heard, we have lots to say about government policy that may sometimes not be entirely welcome.

Senator Phalen: When Mr. Ken Alexander, publisher of *The Walrus* magazine, appeared before this committee, we had an interesting discussion about launching a new magazine, the expenses and the length of time to see a profit.

Could you give us some idea of the number of magazines that are starting up in Canada and what their success rate is?

Mr. Thomson: There are certainly several hundred a year of all sizes and types. Most of them are very small.

Jim Everson, Executive Director, Public Affairs, Magazines Canada: We do not have specific numbers on start-ups, but there are many of them, with quite a significant failure rate.

Senator Phalen: Mr. Alexander also brought to our attention that the Publications Assistance Program does not kick in until a magazine has been in operation for a full year. Do you believe making this program available earlier would be of any help?

M. Thomson : Oui. Au départ, le budget était deux fois plus important. Le Fonds du Canada pour les magazines vise à corriger un déséquilibre économique. Nos concurrents étrangers ont davantage de fonds à consacrer au contenu. Ce programme nous permet d'investir dans le contenu, alors que le Programme d'aide aux publications nous aide à contrer les difficultés géographiques associées à la distribution dans un pays dont les citoyens sont éparpillés sur quelque 8 000 kilomètres. Les communications bilatérales sont très coûteuses dans un tel contexte.

Le sénateur Munson : Savez-vous si quelques-uns de vos membres ressentent une certaine pression en raison de ces subventions et de ce fonds, à savoir qu'ils voudraient se montrer agréables au gouvernement fédéral en publiant dans leur magazine, *Canadian Geographic*, par exemple, des articles présentant le bon côté des choses? Est-ce qu'on se contente de vous remettre des fonds en vous invitant à produire un bon magazine? Voici un peu d'argent des contribuables pour vous aider. Est-ce qu'il arrive qu'une contrepartie soit exigée?

M. Thomson : Je suis membre du conseil de Magazines Canada depuis près de 10 ans et j'en ai assumé la présidence pendant deux ans. Je n'ai entendu parlé d'aucun cas où l'on aurait cherché à influencer sur le contenu éditorial ou même à donner des indications en ce sens.

Les gens de l'industrie, comme les fonctionnaires gouvernementaux chargés de la mise en œuvre de ces programmes, comprennent très bien que ces mesures visent précisément à favoriser une diversité des points de vue et un débat sain sur les politiques publiques au Canada. Je ne pense pas que personne ait l'impression qu'il existe une certaine forme de compensation à ce chapitre.

Comme vous en avez sans doute pris conscience, nous avons beaucoup à redire au sujet des politiques gouvernementales et nos observations ne sont pas nécessairement toujours les bienvenues.

Le sénateur Phalen : Lorsque M. Ken Alexander, éditeur du magazine *The Walrus*, a comparu devant notre comité, nous avons eu une intéressante discussion au sujet du lancement d'un nouveau magazine, des dépenses qui s'y rattachent et du temps qu'il faut pour réaliser un profit.

Pourriez-vous nous donner une indication du nombre de magazines qui sont lancés au Canada et du taux de réussite à cet égard?

M. Thomson : On peut certes parler de plusieurs centaines de magazines par année, de toutes les tailles et de tous les genres. Dans la plupart des cas, il s'agit de très petits magazines.

Jim Everson, directeur général, Affaires publiques, Magazines Canada : Nous n'avons pas de données précises sur le nombre de nouveaux magazines, mais on peut vous dire qu'il y en a effectivement beaucoup et que le taux d'échec est considérable.

Le sénateur Phalen : M. Alexander nous a également appris que le Programme d'aide aux publications n'entre en jeu qu'au bout d'une année complète de fonctionnement pour un nouveau magazine. Estimez-vous qu'il serait avantageux que ce programme soit accessible plus rapidement?

Mr. Thomson: Yes. Magazines Canada has for many years advocated that postal assistance subsidy should be available on any paid circulation as soon as that circulation is achieved.

As you say, right now you have to be in business for a year. You also have to be more than 50 per cent paid to get a subsidy at all. Getting to 50 per cent is a huge barrier.

One of the reasons there are so many unpaid magazines and so many start-ups of a free distribution is it is just too expensive to do enough marketing to become more than 50 per cent paid.

Senator Mercer: I want to follow up on Senator Munson's last question about editorial content.

You said earlier that the Canada Magazine Fund supports high-quality editorial content. I would like to know how the Canada Magazine Fund defines "high quality." How do they distinguish between high and low quality? What I would consider high quality may not be considered high quality by the chairman because of our political differences. I am puzzled by the use of the words "high quality."

Mr. Thomson: The Canada Magazine Fund does not attempt to distinguish among grades of quality.

The purpose of the program is to allow Canadian publishers to produce competitive content. Our challenge in the Canadian magazine market is that our foreign competitors have larger budgets than do we so they can have bigger, better photos, bigger-name writers, more illustrations, higher production values, thicker paper and more gloss.

The Canada Magazine Fund provides a small enhancement to our editorial budgets — as well as us working a lot harder — and allows us to be a little more competitive by investing a little more in Canadian content creation. I think it is every editor's judgment what constitutes high quality for that magazine's readership.

Senator Mercer: Perhaps it is in the eye of the reader as well. What I consider good or bad is subject to my own tastes.

We have talked a lot about English-language publications. We have not talked at all about French-language ones. I am somewhat anticipating the answer to this question.

M. Thomson : Oui. Magazines Canada fait valoir depuis bien des années que la subvention pour les frais postaux devrait être disponible pour toute publication à tirage payé à partir du moment où elle est distribuée.

Comme vous l'avez indiqué, il faut actuellement que le magazine existe depuis une année complète. Pour obtenir une subvention, il faut aussi que le tirage soit payé à plus de 50 p. 100. Ce seuil de 50 p. 100 est un obstacle important.

S'il y a autant de magazines dont le tirage n'est pas payé et autant de nouvelles publications distribuées gratuitement, c'est simplement dû au fait qu'il est trop coûteux de faire une promotion suffisante pour que le tirage soit payé à plus de 50 p. 100.

Le sénateur Mercer : Je veux continuer dans le sens de la dernière question du sénateur Munson concernant le contenu éditorial.

Vous avez indiqué tout à l'heure que le Fonds du Canada pour les magazines vise à promouvoir un contenu éditorial de grande qualité. J'aimerais savoir comment on définit « grande qualité » dans le contexte du Fonds du Canada pour les magazines. Comment fait-on la distinction entre grande et faible qualité? Ce que je pourrais considérer comme de la grande qualité ne serait pas nécessairement évalué de la même façon par notre présidente en raison de nos divergences politiques. Cette utilisation du terme « grande qualité » m'intrigue un peu.

M. Thomson : Le Fonds du Canada pour les magazines n'a pas pour but de faire la distinction entre les différents niveaux de qualité.

Le programme vise à permettre aux éditeurs canadiens de produire un contenu apte à soutenir la concurrence. La situation des magazines canadiens n'est pas facile étant donné que leurs concurrents étrangers disposent de budgets plus considérables qui leur permettent d'avoir des photos plus grandes et de meilleure qualité, des collaborateurs plus renommés, davantage d'illustrations, des productions de plus grande valeur, du papier plus épais et plus de papier glacé.

Le Fonds du Canada pour les magazines permet d'augmenter légèrement nos budgets pour le contenu éditorial, ce qui, combiné à un redoublement de nos efforts, nous permet de soutenir un peu mieux la concurrence en investissant un peu plus dans la création de contenu canadien. J'estime qu'il revient à chaque éditeur de déterminer ce qui constitue une production de grande qualité pour le lectorat de son magazine.

Le sénateur Mercer : Peut-être est-ce également dans l'œil du lecteur. Ce sont mes propres préférences qui déterminent ce que je considère comme un bon ou un mauvais article.

Nous avons beaucoup parlé des publications de langue anglaise. Nous ne nous sommes pas intéressés du tout aux magazines francophones. J'anticipe un peu la réponse que vous allez me donner à ce sujet.

By concentrating on the English-language market, are we saying that the French-language market is a little more secure in this country because of the uniqueness of our French marketplace? While there is competition, it is across the ocean as opposed to here.

Mr. Thomson: I will let Ms. Gombert speak to that as well.

It may be true to a small degree, and the circumstances are somewhat different.

It is important to remember that while there may be less direct same-language competition on this continent, it is also again a much smaller market. It is perhaps 20 to 25 per cent of the English-language market in Canada, which means that the lack of economies of scale is that much greater. There are enormous challenges in producing high-quality competitive content in a market of that size.

[Translation]

Ms. Gombert: I admit that French is the dominant language in Quebec. However, French-Canadian magazines must compete for their share of the market against a number of European and U.S. magazines.

As for placement at checkouts and newsstands, even French magazines must compete against U.S. magazines. If a magazine sells well, the distributor is keen on having it displayed prominently to increase sales and revenues. Magazines are constantly vying for space. The distributor maintains the displaying a magazine prominently will boost sales. However, the reality is that if a U.S. magazine posts better sales, then it will likely enjoy the better placement on newsstands.

[English]

Senator Mercer: What percentage of your membership would represent French-language publications compared with English language?

Mr. Thomson: It would be about a quarter.

Senator Mercer: Anecdotally, one of the struggles you have mentioned yourself is getting the magazines in front of Canadians, because the quality is there once we see them. I subscribe to at least two Canadian magazines that I was introduced to because they were on the rack on the airplane that I travel on every week. I enjoyed the magazines and then subscribed to them. There is that issue of trying to get them in front of us.

Mr. Thomson: Again, if I might add, that is another example of pay for display. All of us on Canadian airlines have to pay to be there.

On the subject of diversity of Canadian titles, there is a large pile beside Mr. Everson that I invite all of you to peruse after the

En concentrant nos efforts sur le marché anglophone, prétendons-nous que le marché francophone est un peu moins en péril dans notre pays en raison de son caractère unique en Amérique du Nord? Lorsqu'il y a concurrence, c'est avec des produits d'outre-mer.

M. Thompson : Je vais également laisser Mme Gombert vous parler de ce point.

Vous pouvez avoir raison dans une certaine mesure, mais les circonstances sont quelque peu différentes.

Il est important de se rappeler que si la concurrence directe dans la même langue est moins présente sur ce continent, le marché est également beaucoup plus petit. Il correspond peut-être à 20 ou 25 p. 100 du marché anglophone au Canada et le problème est encore plus criant pour ce qui est du manque d'économies d'échelle. Dans un marché de cette taille, il devient extrêmement difficile de produire un contenu de grande qualité apte à soutenir la concurrence.

[Français]

Mme Gombert : Au Québec, c'est vrai que le français est dominant. Toutefois, les magazines canadiens-français doivent se battre contre la concurrence. Il y a quelques magazines européens et des magazines américains.

Sur la question des emplacements, aux caisses et dans les kiosques à journaux, même les magazines en français doivent se battre contre des magazines américains. Si un magazine se vend beaucoup, le distributeur y voit un intérêt à le mettre en avant pour avoir plus de revenus et le fait d'être en avant permet d'en vendre plus. Il y a toujours un combat. Le distributeur dit : « Si vous me mettez en avant, je vendrai plus et vous aurez un meilleur revenu. » Cependant, la situation est telle que s'il y a un magazine américain qui se vend davantage, c'est lui qu'on met en avant du kiosque.

[Traduction]

Le sénateur Mercer : Les publications de langue française représentent quel pourcentage de vos membres?

M. Thompson : Je dirais environ le quart.

Le sénateur Mercer : Soit dit en passant, vous avez indiqué qu'il est notamment difficile de s'assurer que les Canadiens voient vos magazines, parce qu'une fois que cela est fait, ils peuvent en constater la qualité. Je suis abonné à au moins deux magazines canadiens dont j'ai découvert l'existence sur les présentoirs de l'avion que je prends chaque semaine. Ces magazines m'ont plu et je m'y suis abonné. Le problème est donc de veiller à que nous voyions ces magazines.

M. Thomson : Je pourrais ajouter que c'est un autre exemple de mise en valeur payée. Nous devons toujours payer pour les services des transports aériens canadiens.

Pour ce qui est de la diversité des titres canadiens, je vous invite tous à prendre connaissance des nombreux magazines que nous

formal proceedings here. It will give an example of the range of news and opinion in Canadian magazines.

Senator Mercer: Madam, you indicated that there was competition with U.S. English-language magazines, and U.S. magazines translated into French. Is it English-language U.S. magazines to which you refer?

Ms. Gombert: Yes.

The Deputy Chairman: You do not represent all of the magazines in the country, or do you?

Mr. Thomson: We represent paid circulation consumer magazines. All of the major magazines with paid circulation are members, as well as hundreds of smaller magazines.

The Deputy Chairman: Does each magazine belong to the association directly or through the company that owns it? In other words, how many of the magazines in your association are owned by, say, Maclean Hunter or one of the other corporate holding companies that own many of the magazines?

Mr. Thomson: Our members are owned individually, and there is a member catalogue that serves both as a marketing device and a directory where you will see all of the member magazines.

A little less than one third are from major companies such as Rogers; Rogers Publishing is now what used to be Maclean Hunter; Rogers, Transcontinental and St. Joseph Media are the three biggest magazine clusters. However, all of their titles together comprise less than one third of our membership. There are independents such as *Canadian Geographic* and others that are medium size. Then there are many individual ones.

The Deputy Chairman: How much of the circulation percentage does that one third make up?

Mr. Thomson: I do not know if I can tell you off the top of my head.

The Deputy Chairman: They would be the ones who own all the big players, such as *Maclean's*.

Mr. Thomson: That is correct.

The Deputy Chairman: These three or four companies would get the major pots of cash, would they not, from the magazine fund and the postal fund?

Mr. Thomson: I think they are producing the largest circulations and often the highest frequencies. Again, it is important to put them in the continental context. They are neither big publishers nor big titles by North American standards. Their competitors are vastly better funded and equipped. They are competing for readers with American titles and with each other. It is an extremely competitive market.

avons empilés près de M. Everson à la fin de la réunion. Vous pourrez ainsi prendre conscience de tout l'éventail des informations et des opinions qu'on peut retrouver dans les magazines canadiens.

Le sénateur Mercer : Madame Gombert, vous avez indiqué qu'il y avait concurrence avec les magazines américains de langue anglaise et avec les magazines américains traduits en français. Parlez-vous de magazines traduits de l'anglais?

Mme Gombert : Oui.

Le vice-président : Est-ce que vous représentez tous les magazines publiés au pays?

M. Thomson : Nous représentons les magazines à tirage payé. Tous les principaux magazines à tirage payé sont membres de notre association, en plus de centaines de magazines plus petits.

Le vice-président : Chaque magazine est-il directement membre de l'association ou le sont-ils par l'intermédiaire de l'entreprise qui en est propriétaire? Autrement dit, combien de magazines membres de votre association appartiennent, par exemple, à Maclean Hunter ou à une autre de ces grandes entreprises qui en possèdent beaucoup?

M. Thomson : Tous nos membres le sont à titre individuel. Nous tenons un catalogue de nos membres qui sert à la fois d'outil de marketing et de répertoire où vous pouvez trouver tous les magazines membres.

Un peu moins du tiers de nos membres appartiennent à de grandes entreprises comme Rogers; Maclean Hunter étant maintenant devenu Rogers Publishing. Rogers, Transcontinental et St. Joseph Media sont les trois plus importants regroupements de magazines. Cependant, l'ensemble des titres que publient ces trois regroupements comptent pour moins du tiers de la totalité des publications de nos membres. Il y a aussi des magazines indépendants de taille moyenne comme *Canadian Geographic*. Ensuite, il y a de nombreux petits magazines.

Le vice-président : Ce tiers représente quelle proportion du tirage total?

M. Thomson : Je ne crois pas pouvoir vous donner une réponse de mémoire.

Le vice-président : Ce sont ces regroupements qui possèdent les principaux magazines, comme *Maclean's*.

M. Thomson : C'est exact.

Le vice-président : Ces trois ou quatre entreprises obtiennent probablement la grosse part du gâteau pour ce qui est du fonds pour les magazines et du programme pour les frais postaux, n'est-ce pas?

M. Thomson : Je pense qu'ils produisent les publications à plus fort tirage et souvent aux fréquences les plus élevées. Encore une fois, il est important de les situer dans le contexte du marché continental. Selon les normes nord-américaines, on ne peut pas parler de grands éditeurs ni de grands titres. Leurs compétiteurs sont beaucoup mieux financés et mieux équipés. Ils luttent entre eux, comme avec les titres américains, pour obtenir une part du lectorat. La concurrence est extrêmement forte sur ce marché.

The Deputy Chairman: You talk about 41 per cent of the newsstand marketplace. Take away all of the pornographic crap such as *Maxim*, *Playboy* and *Hustler* — Canadians do not seem to be big in the pornography industry — as well as things like Hollywood entertainment, because there is much of that: That material may be part of the cultural expression of North America, but we are interested in the news business. We do pretty well in that area, do we not? If we took the other magazines away, would Canadian magazines not hit the 50 per cent mark or more?

Mr. Thomson: No.

The Deputy Chairman: They would not. Who gobbles that up?

Mr. Thomson: Look at hard news. We have one major Canadian contender in *Maclean's* as an opinion magazine. They have several competitors, such as *Time Canada*, *Newsweek* and many American opinion journals. You see *U.S. News & World Report*.

If you go to the science and nature category that *Canadian Geographic* is in, after years of trying, we now outsell *National Geographic* on the newsstand, but they still have twice the circulation in Canada that we have. On the newsstand we face *Scientific American*, *Discover*, *National Geographic*, *National Geographic Traveler* and *National Geographic Adventure*. These are all around us. We have but a small percentage of the category and we are the only significant contender in English.

The Deputy Chairman: Do we have Canadian publications that succeed in the international marketplace? I have read stories about magazines such as *Wallpaper*, about some special interest magazines that are becoming successful in the United States.

Mr. Thomson: There are very few truly international magazines because they are relatively perishable in the sense of being time-sensitive to the week or month. They are physically heavy and expensive to move around. Typically, countries only export about 1 per cent of their magazine production. The only real exception in the world is the United States, which exports about 5 per cent of its production, and the 4 per cent difference is all coming to Canada, because we have the unique accident of geography that populous parts of the United States are just across the line from the populated parts of Canada. It is a short haul. It is the only area in the world, with the exception perhaps of Austria and Germany, where two countries speak the same language, share a border and have the ability to put large quantities of magazines cheaply across the line.

Le vice-président : Vous avez parlé de 41 p. 100 des emplacements sur les présentoirs. Si on enlève toutes les saloperies pornographiques comme *Maxim*, *Playboy* et *Hustler* — les Canadiens ne semblent pas très actifs dans l'industrie de la pornographie — de même que les publications sur la vie hollywoodienne, on élimine beaucoup de choses. Ces publications s'inscrivent peut-être dans l'expression de la culture nord-américaine, mais nous nous intéressons aux magazines d'information. Nous nous débrouillons très bien à ce chapitre, n'est-ce pas? Si nous retirons ces autres publications, les magazines canadiens n'atteignent-ils pas une proportion d'au moins 50 p. 100?

M. Thomson : Non.

Le vice-président : Ah non, même pas. Mais qui prend donc toutes ces parts de marché?

M. Thomson : Considérons seulement l'information. Parmi les magazines d'opinion, nous avons l'un des concurrents de taille au Canada avec *Maclean's*. Ces compétiteurs sont toutefois nombreux; on pense notamment à *Time Canada*, *Newsweek* et de nombreux magazines d'opinion américains comme *U.S. News & World Report*.

Dans la catégorie sciences et nature, après des années d'effort, *Canadian Geographic* a finalement détrôné *National Geographic* quant aux ventes en kiosque, mais ils ont toujours un tirage deux fois plus élevé que le nôtre au Canada. Dans les présentoirs, nous sommes un peu ensevelis : *Scientific American*, *Discover*, *National Geographic*, *National Geographic Traveler* et *National Geographic Adventure*. Nous ne détenons qu'un faible pourcentage du marché dans cette catégorie et nous sommes le seul compétiteur important en langue anglaise.

Le vice-président : Est-ce que des publications canadiennes connaissent du succès sur les marchés internationaux? J'ai lu des reportages au sujet de magazines comme *Wallpaper* et certains magazines spécialisés qui commencent à être populaires aux États-Unis.

M. Thomson : Il existe très peu de magazines véritablement internationaux car ils constituent des produits périssables dans le temps, n'étant pertinents que pour une semaine voire un mois. Il s'agit en outre de produits lourds dont l'expédition peut être onéreuse. Généralement, les pays n'exportent qu'environ 1 p. 100 de leur production de magazines. Les États-Unis constituent la seule véritable exception dans le monde; ils exportent environ 5 p. 100 de leur production et c'est le Canada qui a droit à la totalité de cette différence de 4 p. 100 en raison de cette caractéristique unique de notre géographie qui fait en sorte qu'il suffit de traverser la frontière pour passer des régions peuplées des États-Unis aux régions peuplées du Canada. C'est un déplacement court pour les expéditeurs. C'est la seule région au monde, à l'exception peut-être de l'Autriche et de l'Allemagne, où deux pays limitrophes parlant la même langue peuvent expédier d'importantes quantités de magazines de l'autre côté de la frontière à peu de frais.

Even between Australia and New Zealand, the 600 kilometers of the Tasman Sea is a sufficient barrier that New Zealand has a robust domestic magazine industry, just because of the cost of moving magazines across from Australia.

The Deputy Chairman: How does Ireland do it?

Mr. Thomson: I am not aware of any facts from Ireland.

Senator Phalen: There are 2,000 magazines titles, and you represent 300 of them. Who are the other 1700? Are they smaller or more specialized magazines?

Mr. Thomson: One large group is business-trade-professional titles, which are represented by another association, the Canadian Business Press. There are farm magazines, religious magazines and scholarly journals; then there are the free distribution magazines. Those categories make up the rest.

I think it is fair to say, when most people think of magazines they think of consumer magazines that are found on newsstands. Our membership includes 80 per cent of those that are Canadian.

The Deputy Chairman: I want to follow up on these government programs. There is the postal subsidy and the Canada Magazine Fund. Do all magazines make application for the content part of the cash, and at what percentage? How would that be distributed? What percentage of the cost would it make up?

Mr. Thomson: Any magazine that is aware of it and qualifies for it is applying for it. There are lower limits to qualification. It is based on size — you have to maintain 80 per cent Canadian content. You have to have less than 70 per cent advertising — and certain other criteria.

As to the funds themselves, while I said there is a pot of approximately \$12 million that is divided among all qualifying magazines on a pro rata basis, there is a multiplier at the bottom end so that small magazines get proportionately more of their editorial budget than a large magazine.

The Deputy Chairman: What would the percentage be for *Maclean's*, for example?

Mr. Thomson: I could not speak for them, but approximately 15 per cent of the total content-creation cost for *Canadian Geographic* would come from the Canada Magazine Fund.

The Deputy Chairman: What about government advertising? Do you have some of the same complaints as the ethnic magazines, in that you are not getting a fair proportion; it is all going to television?

Même entre l'Australie et la Nouvelle-Zélande, les 600 kilomètres que représente la mer de Tasman sont un obstacle suffisant, ce qui permet à la Nouvelle-Zélande d'avoir une solide industrie nationale de magazines, tout simplement en raison du coût que représenterait l'envoi de magazines à partir de l'Australie.

Le vice-président : Comment l'Irlande s'en sort-elle?

M. Thomson : Je ne sais pas comment les choses se passent en Irlande.

Le sénateur Phalen : Il existe 2 000 magazines et vous en représentez 300. Qui sont les 1 700 autres? S'agit-il de magazines plus petits ou plus spécialisés?

M. Thomson : Un grand groupe de ces magazines se compose des magazines professionnels, d'affaires et de métiers; ils sont représentés par une autre association, la Presse spécialisée du Canada. Il existe aussi des magazines spécialisés pour les agriculteurs, des magazines religieux ainsi que des revues scientifiques; on peut ensuite parler des magazines à libre distribution. Ce sont ces catégories qui représentent les autres magazines.

J'estime qu'il est juste de dire que la plupart des gens pensent que les magazines sont ceux d'intérêt général que l'on trouve dans les kiosques. Nos magazines représentent 80 p. 100 des magazines canadiens.

Le vice-président : J'aimerais revenir aux programmes gouvernementaux. On peut parler de la subvention postale et du Fonds du Canada pour les magazines. Tous les magazines présentent-ils une demande de fonds pour le contenu et à quel pourcentage? Comment est-ce réparti? Quel pourcentage du coût cela représenterait-il?

M. Thomson : Tout magazine qui est au courant et qui est admissible présente une telle demande. Des limites minimales sont imposées en matière d'admissibilité, en fonction de la taille — il faut conserver un contenu canadien de 80 p. 100, avoir moins de 70 p. 100 de publicité — et de certains autres critères.

Pour ce qui est des fonds eux-mêmes, même si j'ai dit qu'on dispose de quelque 12 millions de dollars répartis entre tous les magazines admissibles au prorata, un facteur de multiplication est prévu pour que les petits magazines obtiennent proportionnellement plus pour leur budget éditorial qu'un grand magazine.

Le vice-président : Quel serait le pourcentage pour *Maclean's*, par exemple?

M. Thomson : Je ne peux pas le dire en son nom, mais près de 15 p. 100 du coût total du contenu du *Canadian Geographic* proviendrait du Fonds du Canada pour les magazines.

Le vice-président : Qu'en est-il de la publicité du gouvernement? Vous plaignez-vous à l'instar des magazines ethniques du fait que vous n'en obtenez pas une juste proportion; cette publicité est-elle orientée uniquement vers la télévision?

Mr. Thomson: It is negligible given the highly effective character of magazine advertising and its staying power in the home. We do not understand why the Government of Canada does not use more magazine advertising in more Canadian magazines.

Senator Munson: Some complain about subsidizing the CBC, so why should we subsidize *Maclean's* magazine? They are in the private sector. They are big boys. They are out there making money, yet some would say — I would not but some would — you are looking for a handout.

Mr. Thomson: I think that the critical issue here is the unique nature of cultural products. You may know that yesterday in Paris UNESCO approved, by a vote of 150 to 2, the Convention on Cultural Diversity. The only two against were the United States and Israel. This is about the right of countries to maintain cultural industries outside the trade rules and it recognizes that their unique character is about more than making money. They are about who we are, and our value systems as Canadians, or citizens of other countries, that we want to share with each other and the world.

American magazines are sitting across the border and are close to all our major population centres. Their economies of scale are 10 times greater than ours, and thus they are able to price their single copies and subscriptions at predatory levels. They could occupy the entire Canadian market if not for two things: One is resolute Canadians creating great Canadian content that is relevant to Canadians, and the second is magazine programs that have allowed the Canadian market share to double over the last 30 to 40 years. I think Canadians were just as creative and talented 40 years ago as they are today, but our market share is double what it was then because of some well-designed and well-targeted programs that do not amount to a lot of money but have been efficiently focused to achieve a large cultural result.

Senator Munson: What is your view of foundations? We were rather intrigued to hear that it does happen in the United States, for example, with *Harpers*. Is it a good idea to give tax breaks to people to put a charitable foundation together and then produce a good magazine?

Mr. Thomson: It is not something I have personally investigated or studied, nor is it something that Magazines Canada has a position on at this time.

Senator Munson: Another question has to do with freelance writers at these magazines that you represent. There are a lot of problems in the newspaper industry with freelance writers. We have heard that they do not seem to get the buck for the bang for the work they have done, and once it is gone it is gone. Are there similar rules in the magazine industry for freelancers?

M. Thomson : C'est négligeable, compte tenu du caractère fort efficace de la publicité des magazines et de sa durabilité dans les foyers. Nous ne comprenons pas pourquoi le gouvernement du Canada ne se sert pas plus de la publicité des magazines dans plus de magazines canadiens.

Le sénateur Munson : Certains se plaignent des subventions accordées à Radio-Canada, par conséquent, pourquoi devrions-nous subventionner le magazine *Maclean's*? Il appartient au secteur privé, il est puissant, il est là pour faire de l'argent et certains diraient — je ne dirais pas tous mais certains — qu'il recherche une aide financière.

M. Thomson : À mon avis, c'est la nature unique des produits culturels qui est ici en cause. Vous savez peut-être qu'hier à Paris, l'UNESCO a approuvé, par 150 voix contre 2, la Convention sur la diversité culturelle. Les États-Unis et Israël sont les deux pays qui s'y sont opposés. Il s'agit du droit des pays de soustraire les industries culturelles aux règles commerciales et de reconnaître que leur caractère unique l'emporte sur leur rentabilité. Il s'agit de notre identité et de nos échelles de valeurs, en tant que Canadiens, ou citoyens d'autres pays, que nous voulons partager entre nous et avec le monde.

Les magazines américains sont juste de l'autre côté de la frontière et très près de tous nos grands centres urbains. Leurs économies d'échelle sont 10 fois plus importantes que les nôtres et par conséquent, ils sont en mesure de pratiquer des prix artificiellement bas pour la vente en kiosque et les abonnements. Ils pourraient occuper tout le marché canadien sauf que premièrement, des Canadiens déterminés créent un contenu canadien intéressant pour tous les Canadiens et, deuxièmement, les programmes relatifs aux magazines ont permis au Canada de doubler sa part de marché ces 30 à 40 dernières années. Je pense que les Canadiens étaient tout aussi créatifs et talentueux il y a 40 ans qu'aujourd'hui, mais la part de notre marché a doublé par rapport à ce qu'elle était à ce moment-là, grâce à quelques programmes bien conçus et bien ciblés qui ne se résument pas à beaucoup d'argent, mais qui visent à obtenir d'importants résultats culturels et y parviennent.

Le sénateur Munson : Que pensez-vous des fondations? Nous avons été assez intrigués d'apprendre qu'il y en a aux États-Unis, par exemple, dans le cas de *Harpers*. Est-ce une bonne idée d'accorder des allègements fiscaux pour les gens qui veulent mettre sur pied une fondation caritative et ensuite publier un bon magazine?

M. Thomson : Ce n'est pas un point sur lequel je me suis personnellement penché, ni non plus un point au sujet duquel Magazines Canada a pris position pour l'instant.

Le sénateur Munson : Mon autre question porte sur les pigistes dans les magazines que vous représentez. Beaucoup de problèmes se posent dans l'industrie de la presse à cause des pigistes. Nous avons entendu dire qu'ils ne semblent pas être payés comme il le faut pour le travail qu'ils effectuent et qui ne laisse aucune trace. Existe-t-il des règles semblables pour les pigistes dans l'industrie des magazines?

Mr. Thomson: Most of the feature stories in Canadian magazines are written by freelancers whose rates vary with the title, the writer's ability, reputation and the amount of work involved in creating the piece. There is also a resale market through the access copyright system, where writers receive ongoing royalties whenever the material is reused, redistributed or photocopied.

Senator Munson: What one recommendation would you like this committee to put in its report and have the government implement?

Mr. Thomson: I would like to see budgets increased for the magazine programs.

Senator Munson: What percentage increase would be acceptable to Magazines Canada at this time?

Mr. Thomson: I think that it needs to be increased by one third to do a reasonable job in terms of the objectives and the industry that we have.

Senator Mercer: Not back up to the 50 million that it was?

Mr. Thomson: There is \$45 million going forward in publications assistance for postal subsidy and \$25 million in the Canada Magazine Fund, so that is \$70 million.

Senator Mercer: You are talking about increasing both?

Mr. Thomson: Yes.

The envelope needs to be about one third bigger to properly address the objectives and the opportunity.

Senator Mercer: The Canada Magazine Fund was \$50 million and now is down to \$25 million, correct?

Mr. Thomson: Correct.

Senator Munson: If it does not happen, will we see the death of more Canadian magazines in this country?

Mr. Thomson: The Publications Assistance Program budget is being reduced at a time when costs are increasing dramatically and eligibility has been expanded. We at *Canadian Geographic* are facing, next April, distribution costs that are 52 per cent higher than the previous year, which is more than we spend on all the contributors to the magazine — all the freelance writers, photographers, artists and illustrators who contribute to *Canadian Geographic* — in a year. We are in a huge state of consternation because it is difficult to find that kind of money anywhere. It is more money than we make as a company and it means that we have to make drastic cuts across the board, including in content.

Senator Munson: Could you tell us about the distribution costs? Is it from gas to delivery? Why are they going up?

M. Thomson: La plupart des reportages dans les magazines canadiens sont écrits par des pigistes dont les tarifs varient selon le magazine, la capacité de l'auteur, la réputation et la quantité de travail nécessaire pour créer l'article. Il existe également un marché de revente grâce au régime du droit d'auteur, qui permet aux auteurs de recevoir des droits d'auteur chaque fois que leur matériel est réutilisé, redistribué ou photocopie.

Le sénateur Munson: Quelle recommandation souhaiteriez-vous que notre comité présente dans son rapport pour que le gouvernement y donne suite?

M. Thomson: J'aimerais voir une augmentation des budgets des programmes des magazines.

Le sénateur Munson: Quelle augmentation en pourcentage serait actuellement acceptable pour Magazines Canada?

M. Thomson: Je pense qu'il faudrait relever ces budgets d'un tiers pour répondre raisonnablement aux objectifs visés et compte tenu de l'industrie actuelle.

Le sénateur Mercer: Vous ne voulez pas revenir aux 50 millions?

M. Thomson: Quarante-cinq millions de dollars sont affectés à l'aide aux publications pour ce qui est de la subvention postale et 25 millions de dollars au Fonds du Canada pour les magazines, soit 70 millions de dollars.

Le sénateur Mercer: Vous demandez une augmentation des deux?

M. Thomson: Oui.

Il faudrait augmenter l'enveloppe d'environ un tiers pour atteindre les objectifs comme il le faut et profiter de l'opportunité actuelle.

Le sénateur Mercer: Le Fonds du Canada pour les magazines qui s'élevait à 50 millions de dollars a été ramené à 25 millions de dollars, n'est-ce pas?

M. Thomson: Oui.

Le sénateur Munson: Si les budgets ne sont pas relevés, serait-ce la fin d'un plus grand nombre de magazines canadiens dans notre pays?

M. Thomson: Le Programme d'aide aux publications est diminué au moment même où les coûts augmentent de façon dramatique et où l'admissibilité est élargie. Notre magazine, *Canadian Geographic*, va être confronté en avril prochain à des coûts de distribution qui sont 52 p. 100 plus élevés que l'an passé, ce qui correspond à plus que ce que nous dépensons pour tous les collaborateurs au magazine — tous les pigistes rédacteurs, photographes, artistes et illustrateurs — en l'espace d'une année. Nous sommes consternés, car il est difficile de trouver ce genre d'argent où que ce soit. C'est plus d'argent que ce que nous faisons en tant que société et cela sous-entend qu'il faudra faire des réductions draconiennes sur toute la ligne, y compris en matière de contenu.

Le sénateur Munson: Pourriez-vous nous parler des coûts de distribution? Sont-ils reliés au coût de l'essence, de la livraison? Pourquoi augmentent-ils?

Mr. Thomson: The fundamental reason that postal rates are rising so dramatically is that Canada Post is distributing fewer pieces of mail to more addresses. They have gone from approximately 2.7 pieces of mail per address per day to 1.7 pieces of mail per address per day even as the number of addresses in Canada is increasing by millions over a certain period.

Therefore, their cost structure is out of whack. Their economic model is broken. Their only response is to relentlessly increase prices, which drives more and more businesses out of the system, including magazines. We cannot pay these prices, and are desperately looking for other means of distribution and putting more and more content elsewhere.

The Deputy Chairman: If a person starts a camera magazine and Maclean Hunter or Rogers buy them, what is the difference to me, as a Canadian, whether they buy them or some American does? Why does it matter?

Why do any of these special interest magazines have to do anything? Why are we paying subsidies to these people? Why is that more important to Canada than the guy who owns a machine shop that makes drill bits?

Mr. Thomson: Many things are different in Canada. The variety of products available here is different than in the United States. Conditions of use are different and users have different needs and desires. There is a need for a Canadian perspective on just about everything.

The Deputy Chairman: These magazines all talk about cameras that are made in Japan, China and Germany. What does that have to do with Canadian culture? Are we spending money on any of these things?

Mr. Thomson: You will see that successful Canadian magazines exist where they deal with the unique Canadian experience. It is true there are fewer Canadian titles in the generic subject categories.

The Deputy Chairman: Would you give an example?

Mr. Thomson: The automotive industry is one. North American cars are pretty similar. U.S. car magazines have gigantic economies of scale. There is not an automotive equivalent of a *Canadian Living* or a *Canadian Geographic* that deals with a uniquely Canadian lifestyle, living conditions and the space we inhabit here in Canada.

Mr. Everson: I want to clarify a question you asked about the size of programs. The Canada Magazine Fund has been at many different levels over its short life. It started, on paper, at a \$50-million level but never achieved that. It achieved a level of approximately \$35 million at one point. It is now a

M. Thomson : Si les tarifs postaux augmentent de façon aussi extrême, c'est essentiellement parce que la Société canadienne des postes distribue moins d'envois postaux à plus d'adresses. Elle est passée d'environ 2,7 envois postaux par adresse par jour à 1,7 même si le nombre d'adresses au Canada augmente par millions au cours d'une période donnée.

Par conséquent, la structure des coûts de la Société canadienne des postes ne cadre plus avec la réalité. Son modèle économique ne fonctionne plus. Il ne lui reste qu'à constamment augmenter les prix, ce qui conduit de plus en plus d'entreprises à abandonner le système, y compris les magazines. Nous ne pouvons pas payer ces prix et voulons désespérément trouver d'autres moyens de distribution et mettre de plus en plus de contenu ailleurs.

Le vice-président : Si quelqu'un lance un magazine d'appareils photo et que Maclean Hunter ou Rogers l'achète, quelle différence cela fait-il pour moi, en tant que Canadien, que ces sociétés l'achètent ou que des sociétés américaines l'achètent? En quoi est-ce important?

Pourquoi ces magazines spécialisés doivent-ils faire quoi que ce soit? Pourquoi leur versons-nous des subventions? Pourquoi est-ce plus important pour le Canada que le propriétaire d'un atelier d'usinage qui fabrique des outils de forage?

M. Thomson : Au Canada, nous avons beaucoup de diversité. La variété des produits disponibles ici n'est pas la même que celle que l'on retrouve aux États-Unis. Les conditions d'utilisation sont différentes et les utilisateurs ont des besoins et des souhaits différents. Il faut avoir une perspective canadienne sur pratiquement tout.

Le vice-président : Ces magazines parlent tous d'appareils photo fabriqués au Japon, en Chine et en Allemagne. Quel rapport avec la culture canadienne? Dépensons-nous de l'argent pour cela?

M. Thomson : Vous pourriez vous apercevoir que le succès des magazines canadiens est attribuable au fait que ces magazines traitent de l'expérience canadienne qui est unique en son genre. Il est vrai qu'il existe moins de magazines canadiens dans les domaines génériques.

Le vice-président : Pourriez-vous donner un exemple?

M. Thomson : L'industrie de l'automobile. Les voitures nord-américaines sont assez semblables. Les magazines américains de l'automobile bénéficient d'énormes économies d'échelle. Il n'existe pas d'équivalent de magazine automobile pour le magazine *Canadian Living* ou *Canadian Geographic* qui traite d'un mode de vie, de conditions de vie uniquement canadiens ainsi que de l'espace que nous occupons dans notre pays.

M. Everson : J'aimerais revenir sur une question que vous avez posée au sujet de l'importance des programmes. Le Fonds canadien pour les magazines a souvent changé au cours de sa brève existence. Sur papier, il devait atteindre les 50 millions de dollars, ce qui ne s'est jamais réalisé. On est arrivé à près de

\$16-million program, \$10 million of which is for an editorial content program. The remainder is dedicated to small-magazine business development and to infrastructure improvement.

A recent campaign identified Canadian magazines on newsstands. We did it in partnership with the Department of Canadian Heritage, a promotional campaign to raise awareness of Canadian magazines. When you went to a newsstand at that time, you could see Canadian magazines were better identified.

The Publications Assistance Program's budget this year was supposed to be at \$45 million. Minister Frulla, with the Department of Canadian Heritage, improved it to \$49 million to maintain its budget from previous years. It is scheduled to be reduced to \$45 million on April 1, 2006, which is a major concern for the sector. Approximately 80 per cent of that funding is for magazines. Community newspapers and newsletters also participate in that program. A major concern is that we do not envision a program that is indexed to the growth of the industry.

One of the success factors of the program has been its predictability over many years. Publishers could see a magazine launch opportunity and could plan their circulation and growth in the anticipation that when they reached 50 per cent of paid subscriptions they would start to receive the PAP subsidy.

They could outline a business plan in which PAP was a predictable part. One of the elements of the crisis in PAP at the moment is that there is no longer any predictability in the program. The budget is frozen. Formulas can change considerably overnight. Publishers lost the opportunity to plan their business strategy to launch a new magazine and create diversity through the use of the PAP program. We are looking to try to create a more predictable program on which people can base business plans.

Senator Mercer: I want to talk about economy of scale. I subscribe to several of the magazines that are members of your association. They are single issue magazines; one is *Cottage Life*.

Do they have their own print shop or do they buy time at another printer? Not specifically *Cottage Life*, but other magazines — do they have their own print shop?

Mr. Thomson: Normally not. A number of magazines are owned by companies that also have printing divisions, but a great many are printed independently. The vast majority are printed by printers who are not owned by the publisher.

Senator Mercer: There is no room for an economy of scale there?

35 millions de dollars à un moment donné. Il s'agit maintenant d'un programme de 16 millions de dollars, dont dix millions sont affectés au programme de contenu rédactionnel. Le reste est affecté au développement et à l'infrastructure des petits magazines.

Récemment, une campagne a permis d'identifier les magazines canadiens dans les kiosques. Nous l'avons menée en partenariat avec le ministère de Patrimoine canadien; il s'agissait d'une campagne promotionnelle visant à sensibiliser le public aux magazines canadiens. Il suffisait de se rendre dans les kiosques pour s'apercevoir que les magazines canadiens étaient mieux identifiés.

Cette année, le budget du Programme d'aide aux publications était censé s'élever à 45 millions de dollars. La ministre Frulla, avec le ministère de Patrimoine canadien, l'a relevé à 49 millions de dollars afin qu'il cadre avec le budget des années précédentes. Il doit être ramené à 45 millions de dollars le 1^{er} avril 2006, ce qui représente un grand sujet de préoccupation pour notre secteur. Près de 80 p. 100 de ce financement est prévu pour les magazines. Journaux et bulletins communautaires participent également à ce programme. Ce qui nous préoccupe essentiellement, c'est qu'il n'est pas prévu de programme indexé par rapport à la croissance de l'industrie.

Pendant longtemps, un des facteurs de réussite du programme a été sa prévisibilité. Les éditeurs pouvaient voir une belle occasion de lancer un magazine et prévoir le tirage et la croissance à l'avance à partir du moment où ils arrivaient à obtenir 50 p. 100 d'abonnements payés et où ils pouvaient commencer à recevoir la subvention PAP.

Ils pouvaient concevoir un plan d'affaires dans lequel le PAP était prévisible. Le fait qu'il n'y ait plus de prévisibilité dans le programme est l'un des éléments de la crise du PAP. Le budget est bloqué. Les formules peuvent considérablement changer du jour au lendemain. Les éditeurs ne peuvent plus planifier leur stratégie d'affaires pour lancer un nouveau magazine et créer de la diversité grâce au programme PAP. Nous essayons de créer un programme plus prévisible sur lequel les gens peuvent fonder leurs plans d'affaires.

Le sénateur Mercer : J'aimerais parler de l'économie d'échelle. Je suis abonné à plusieurs des magazines membres de votre association. Il existe des magazines à un seul tirage comme *Cottage Life*.

Disposent-ils de leur propre imprimerie ou se tournent-ils vers un autre imprimeur? Je ne veux pas parler précisément de *Cottage Life*, mais d'autres magazines — ont-ils leur propre imprimerie?

M. Thomson : Habituellement non. Plusieurs magazines appartiennent à des sociétés qui ont également des imprimeries, mais beaucoup sont imprimés de façon indépendante. La grande majorité sont imprimés par des imprimeurs indépendants de l'éditeur.

Le sénateur Mercer : Il n'y a pas de possibilité d'économie d'échelle?

Mr. Thomson: Because of competition, the printing industry is extremely cost effective. For example, over the last 10 years, the actual cost of printing *Canadian Geographic* has declined because of process improvements and equipment technology improvements in the printing industry. At the same time as we have seen an approximately 10 per cent decrease in the cost of printing our magazine over a decade, we have seen our postal costs nearly triple. One sector has competition, the other does not; what conclusions can you draw?

The Deputy Chairman: If no one else has any further questions, I thank the witnesses, Mr. Thomson, Ms. Gombert, Mr. Everson, for coming today. It was an interesting discussion. We will reconvene on Wednesday at 6:15. We will hear from the Canadian Broadcast Standards Council; Dr. Lydia Miljan, of the University of Windsor; and Dr. Barry Cooper, of the University of Calgary.

The committee adjourned.

OTTAWA, Wednesday, October 19, 2005

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day at 6:20 p.m. to examine the current role of Canadian media industries; emerging trends and developments in these industries; the media's role, rights and responsibilities in Canadian society; and current and appropriate future policies relating thereto.

Senator David Tkachuk (*Deputy Chairman*) in the chair.

[English]

The Deputy Chairman: Honourable senators, I would like to welcome our witnesses and the members of the public who are with us today. We are continuing our hearings into the state of the Canadian news media and the appropriate role of public policy in helping to ensure that they remain healthy, independent and diverse.

I am pleased to welcome representatives of the Canadian Broadcast Standards Council. The council is an independent non-governmental organization created by the Canadian Association of Broadcasters to administer standards established by its members, Canada's private broadcasters. The council's membership includes more than 530 private sector radio and television stations, specialty services and networks from across Canada, with programming in English, French and third languages.

Welcome to the committee. We look forward to your introductory remarks.

Ronald I. Cohen, National Chair, Canadian Broadcast Standards Council: Honourable senators, thank you for the invitation to appear before you today.

M. Thomson : À cause de la concurrence, l'industrie de l'imprimerie est extrêmement rentable. Par exemple, ces 10 dernières années, le coût réel de l'impression de *Canadian Geographic* a baissé à cause des améliorations apportées au processus et à l'infrastructure technologique dans cette industrie. Parallèlement à une baisse d'environ 10 p. 100 du coût de l'impression de notre magazine en l'espace de 10 ans, nous avons vu nos coûts postaux pratiquement tripler. Un secteur est concurrentiel, d'autres non; quelles conclusions pouvez-vous en tirer?

Le vice-président : S'il n'y a pas d'autres questions, je vais maintenant remercier les témoins, M. Thomson, Mme Gombert et M. Everson, d'être venus aujourd'hui. La discussion a été intéressante. Nous allons nous réunir de nouveau mercredi à 18 h 15; nous entendrons alors les représentants du Conseil canadien des normes de la radiotélévision; Mme Lydia Miljan, de l'Université de Windsor; et M. Barry Cooper, de l'Université de Calgary.

La séance est levée.

OTTAWA, le mercredi 19 octobre 2005

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui, à 18 h 20, pour examiner l'état actuel de l'industrie des médias, les tendances et les faits nouveaux au sein de cette industrie, le rôle, les droits et les obligations des médias dans la société canadienne et les politiques pertinentes actuelles et futures à son égard.

Le sénateur David Tkachuk (*vice-président*) occupe le fauteuil.

[Traduction]

Le vice-président : Chers collègues, j'aimerais souhaiter la bienvenue aux témoins et aux membres du grand public présents dans la salle aujourd'hui. Nous poursuivons nos audiences sur l'état des médias d'information canadiens et sur le rôle pertinent de la politique gouvernementale pour faire en sorte qu'ils demeurent sains, indépendants et variés.

C'est avec plaisir que nous accueillons des représentants du Conseil canadien des normes de la radiotélévision, un organisme non gouvernemental indépendant créé par l'Association canadienne des radiodiffuseurs pour appliquer les normes fixées par ses membres, c'est-à-dire les radiodiffuseurs privés du Canada. Les membres du conseil incluent plus de 530 stations de radio et de télévision, chaînes de télévision spécialisée et réseaux privés répartis d'un bout à l'autre du Canada qui offrent des émissions en anglais, en français et dans d'autres langues.

Soyez les bienvenus. Nous sommes impatients d'entendre ce que vous avez à nous dire.

Ronald I. Cohen, président national, Conseil canadien des normes de la radiotélévision : Honorables sénateurs, je vous remercie de nous avoir invités à comparaître devant votre comité aujourd'hui.

[Translation]

It is my intention to provide you with a brief overview of the history, mandate, structure and modus operandi of the CBSC and its record, and to reply to any questions you may have.

[English]

There is, however, no better way to begin than by reporting to you that, in world terms, Canada's private broadcasters have established a particularly effective, responsive and advanced set of broadcast content standards and a self-regulatory process for ensuring their respect. The standards reflect Canadian values. The enforcement tools are Canadian. That is to say, they are effective without being heavy-handed.

The council reaches out into all corners of Canada's great multicultural environment by publicizing those standards and audience entitlements in English, French and 38 other languages, both in print and on the CBSC website. The adjudicating panels, about which I will say more shortly, reflect that diversity as well.

I have brought with me a set of the brochures that exist in the 38 other languages, as well as the English and French copies that have already been deposited with the clerk. These will be deposited with the committee.

May I add that the 38 languages of comfort reflect Canada's American hemispheric communities, that is, Spanish and Portuguese; Canada's indigenous communities, including Inuktitut, Cree, Ojibwa and Mohawk; Canada's Eastern and Western European communities, including Ukrainian, Polish, Italian and many other languages; Canada's African communities, including Arabic, Somali and Amharic; Canada's Near Eastern communities, including Farsi, Dari and Pashtu; Canada's Far Eastern communities, including Chinese, Japanese, Korean and Tagalog; and Canada's South Asian communities, including Hindi, Urdu and Punjabi. Of course, I have not treated you to the full list of 38 languages.

[Translation]

Let me now tell you something about the Council and how it works. Originally conceived in 1986 by the Canadian Association of Broadcasters to encourage high standards and professional conduct, a concrete proposal was presented to, and accepted by, the CRTC, which noted in Public Notice CRTC 1988-159 that:

This voluntary action on the part of the CAB and its members reflects the sense of responsibility and maturity of the broadcasting industry in regard to social issues of public concern.

[Français]

J'aimerais vous présenter un bref survol de l'historique du mandat, de la structure et du fonctionnement du CCNR ainsi que ses réalisations pour ensuite répondre aux questions que vous aimeriez me poser.

[Traduction]

Je ne connais pas, cependant, de meilleure entrée en matière que de vous dire que les radiodiffuseurs privés canadiens se sont dotés, par rapport aux autres pays, d'une série de normes particulièrement efficaces, audacieuses et avancées relatives au contenu diffusé et d'un processus d'autoréglementation visant à les faire respecter. Ces normes sont le reflet des valeurs canadiennes et les moyens prévus pour les faire respecter sont canadiens, c'est-à-dire qu'ils sont efficaces, sans être trop sévères.

Le conseil rejoint toutes les composantes de l'immense milieu multiculturel canadien en publicisant, tant par écrit que sur son site Web, les normes et ce à quoi peuvent s'attendre les auditeurs et spectateurs en anglais, en français et dans 38 autres langues. Les comités d'arbitrage, dont je vous parlerai plus abondamment tout à l'heure, témoignent aussi de cette diversité.

J'ai apporté une série de brochures publiées dans les 38 autres langues, de même que des exemplaires en anglais et en français. Elles ont été déposées auprès du greffier du comité.

Je me permets d'ajouter que les 38 langues utilisées représentent les communautés linguistiques canadiennes communes à tout le continent américain, soit l'espagnol, le portugais, les langues autochtones, y compris l'inuktitut, le cri, l'ojibway et le mohawk, les langues venues d'Europe de l'Est et d'Europe de l'Ouest, entre autres l'ukrainien, le polonais et l'italien, les langues africaines, notamment l'arabe, le farsi, le dari et le pachtoune, les langues d'Extrême-Orient comme le chinois, le japonais, le coréen et le tagal, et les langues d'Asie du Sud, dont l'hindi, l'ourdou et le panjabi. Naturellement, je ne vais pas toutes les énumérer.

[Français]

Permettez-moi maintenant de parler du CCNR et de son fonctionnement. Élaboré à l'origine en 1986 par l'Association canadienne des radiodiffuseurs, dans le but d'encourager des normes et une conduite professionnelle de grande classe, le CCNR a présenté une proposition concrète au CRTC qui l'a acceptée, en plus d'avoir écrit dans son avis public numéro 1988-159 :

Cette action volontaire de l'ACR et de ses membres témoigne du sens des responsabilités et de la maturité de l'industrie de la radiodiffusion à l'égard des questions sociales qui préoccupent le public.

[English]

Then, in August 1991, in Public Notice CRTC 1991-90, the CRTC advised broadcast licensees and members of the public of their endorsement of the CBSC to receive and adjudicate complaints regarding programming on its member stations.

The council's mandate is to oversee the administration of the Canadian private broadcaster codes. These currently include the CAB Sex Role Portrayal Code and CAB Violence Code, both of which are conditions of licence for all broadcasters in Canada, the latter only for television broadcasters; the CAB Code of Ethics; and the Radio and Television News Directors Association of Canada Code of Journalistic Ethics.

In the exercise of that mandate, the CBSC receives complaints, encourages their resolution by broadcaster dialogue with the complainants and, when this does not lead to complainant satisfaction, adjudicates those complaints via adjudicating panels made up of equal numbers of public and industry representatives.

There are five regional panels: Atlantic, Quebec, Ontario, Prairie and British Columbia, and two national panels for specialty services and conventional television broadcasters. Biographies of every adjudicator are publicly posted on the CBSC website. They are an extraordinary example of the quality of individuals who participate in the adjudication process.

The private broadcasters' self-regulatory process is predicated on full disclosure and the publication of all decisions, whether rendered for or against broadcasters. Consequently, the press release announcing every decision is forwarded to the print media, the broadcasters and every person in Canada or elsewhere in the world wishing to be on the recipient list.

More than 360 decisions rendered since 1991, with their full written reasons, are posted on our website. They form an extensive and thorough body of jurisprudence dealing with the widest possible range of content issues.

[Translation]

There are, as of today, 581 broadcaster members, covering the radio, television and specialty service areas. Of these, 425 represent radio broadcasters, 88 conventional television broadcasters and 68 specialty services.

[English]

In its origins, the censor was one of two magistrates in ancient Rome who were charged with the supervision of public morals. More recently, as the *Oxford English Dictionary* says, the censor is the "official whose duty it is to inspect books, journals, plays,

[Traduction]

Puis, en août 1991, dans l'avis public CRTC 1991-90, le CRTC a annoncé aux titulaires de licence et au grand public qu'il acceptait que le conseil accueille les plaintes concernant les émissions diffusées par les stations membres et qu'il joue le rôle d'arbitre.

Le conseil a pour mandat de voir à l'application des codes adoptés par les radiodiffuseurs privés du Canada, notamment des codes de l'ACR, soit le Code de déontologie, le Code d'application concernant les stéréotypes sexuels à la radio et à la télévision et le Code d'application volontaire concernant la violence à la télévision, le respect des deux derniers étant une condition pour la délivrance d'une licence imposée à tous les radiotélédiffuseurs du Canada, et du Code de déontologie journalistique de l'Association canadienne des directeurs de l'information en radio-télévision.

Dans le cadre de ce mandat, le conseil reçoit des plaintes, encourage leur règlement à l'amiable par un dialogue entre le radiotélédiffuseur et les plaignants et, lorsque le règlement de la plainte ne satisfait pas le plaignant, il joue le rôle d'arbitre grâce à des comités d'arbitrage composés à parts égales de membres du grand public et de représentants de l'industrie.

Il existe cinq comités régionaux (Atlantique, Québec, Ontario, Prairies et Colombie-Britannique) et deux comités nationaux pour les services de télévision spécialisée et la télévision générale. La notice biographique de chaque arbitre est affichée publiquement sur le site Web du conseil. Ces notices illustrent de manière très éloquentement la qualité des personnes qui participent au processus d'arbitrage.

Le processus d'autoréglementation des radiotélédiffuseurs privés s'appuie sur la communication et la diffusion intégrale de toutes les décisions, qu'elles leur soient favorables ou défavorables. Par conséquent, le communiqué de presse dans lequel est annoncée la décision est envoyé à la presse écrite, aux radiotélédiffuseurs et à toute personne, au Canada comme à l'étranger, qui demande à être inscrite sur la liste d'envoi.

Plus de 300 décisions ont été rendues depuis 1991 et elles sont affichées sur notre site Web, accompagnées de tous les motifs de décision. Elles forment une jurisprudence abondante et complète traitant de la gamme la plus variée d'enjeux concernant le contenu diffusé.

[Français]

On compte aujourd'hui 581 diffuseurs membres dans les domaines de la radio, de la télévision et des chaînes spécialisées. De ceux-ci, 425 représentent des radiodiffuseurs, 88 sont des télédiffuseurs conventionnels et 68 sont des chaînes spécialisées.

[Traduction]

À l'origine, le censeur était un des deux magistrats de la Rome ancienne chargés de veiller aux mœurs publiques. Dans son sens contemporain, le dictionnaire Robert définit le travail du censeur comme étant l'« examen des oeuvres littéraires, des spectacles et

et cetera, before publication to secure that they shall contain nothing immoral, heretical, or offensive or injurious to the State.”

In order to avoid any whiff of censorship, the CBSC does not initiate complaints or monitor programming in the absence of a complaint. It is complaints driven, reactive and responsive to public concerns. It does not presume them.

In dealing with the question of freedom of expression, the CBSC, by its nature, faces challenges on two ideological sides. There are those who believe that the principle of freedom of expression as enshrined in the Charter should be viewed as absolute. On the other hand, there are those who believe that expression on the airwaves should be restricted so that all matters unpleasant and distasteful, and worse, should be prohibited.

The CBSC takes an intermediate position. It is, first, that the underlying principle that should govern broadcast speech is that it should be free. The private broadcasters have, however, agreed that the interests of their audiences are better served by the creation of professional standards to which all of their members will adhere.

Second, the CBSC considers that the codified standards created by the broadcasters should balance freedom of expression with other important societal values.

Third, matters involving taste alone, but no breach of actual code provisions, are considered to be best regulated by the marketplace; that is, the intervention of the viewer or listener via the channel or station changer or the on/off switch.

Fourth, there are extensive special provisions regarding programming intended for young children, defined as being under the age of 12.

Fifth, in order to assist television viewers, and in accordance with the broadcaster codes, there is a watershed hour, running from 9 p.m. to 6 a.m., before which no programming intended for adults, whether by reason of violent, sexual or other mature content, can be shown.

Viewer advisories and classification icons are also required, even after the watershed, so that audiences may avoid programming that they do not consider appropriate for themselves and their families.

Sixth, there is a prohibition against gratuitous or glamorized violence on the airwaves at any hour of the day.

Since there are 363 decisions posted on the CBSC website, the CBSC jurisprudence has the effect of constituting a definition of what broadcasters can and cannot air. While decisions relating to one-off programs or newscasts are as important as those relating to entire series, the latter tend to attract more attention both within Canada and internationally.

publications, exigé par le pouvoir, avant d'en autoriser la diffusion ». Il vérifie qu'elles ne contiennent rien d'immoral, d'hérétique, d'offensant ou de nuisible pour l'État.

Afin d'éviter toute connotation de censure, le Conseil ne dépose pas de plainte et il ne surveille pas la programmation en l'absence de plainte. Il n'agit qu'à la suite d'une plainte. Il est sensible aux préoccupations du grand public. Il ne les présume pas.

Pour ce qui est de la question de la libre expression, le conseil, de par sa nature, fait face à des problèmes sur deux plans idéologiques. Certains croient que le principe de la libre expression inscrit dans la Charte est absolu. D'autres, par contre, estiment qu'il faut baliser jusqu'à un certain point la liberté d'expression de manière à interdire toutes les questions déplaisantes et de mauvais goût, si ce n'est pire.

Le Conseil se situe quelque part entre les deux. Il a pour principe, au départ, que les propos diffusés devraient être libres. Les radiodiffuseurs privés ont toutefois reconnu que les intérêts de leurs publics sont mieux servis par la création de normes professionnelles auxquelles adhèrent tous leurs membres.

Ensuite, le Conseil estime que les normes codifiées fixées par les radiodiffuseurs devraient mettre en équilibre la libre expression et d'autres valeurs sociales importantes.

De plus, on estime qu'il vaut mieux laisser au marché le soin de régler les questions qui sont uniquement affaire de goût, qui ne vont pas à l'encontre des dispositions des codes. En somme, le spectateur ou auditeur est libre de soit fermer l'appareil, soit changer de poste.

Par ailleurs, il existe des dispositions spéciales complètes au sujet des émissions destinées aux jeunes enfants, définis comme ayant moins de 12 ans.

Par surcroît, afin de faciliter la tâche aux téléspectateurs et en conformité avec les codes des radiotélédiffuseurs, il existe une plage critique allant de 21 heures à 6 heures avant laquelle aucune émission destinée à un public adulte ne sera diffusée pour motif soit de contenu violent ou sexuel, soit d'autre contenu pour public adulte.

Le diffuseur est aussi tenu de diffuser des avis publics et des icônes de classement, même après la plage critique, pour que le public puisse éviter les émissions qu'il ne juge pas convenables pour lui ou sa famille.

Enfin, la violence gratuite ou idéalisée est interdite sur les ondes, quelle que soit l'heure de diffusion.

Comme 363 décisions sont affichées sur le site Web du conseil, la jurisprudence ainsi établie a pour effet de définir ce que peuvent et ne peuvent pas mettre en ondes les radiotélédiffuseurs. Bien que les décisions concernant des émissions ponctuelles ou des bulletins d'actualité aient tout autant d'importance que celles qui visent une série, ces dernières ont tendance à attirer plus l'attention, tant au Canada qu'à l'étranger.

Examples of CBSC decisions include those relating to the *Mighty Morphin' Power Rangers*, the *Dr. Laura Schlessinger Show*, the *Howard Stern Show*, the *Jerry Springer Show* and so on.

[Translation]

On a day-to-day basis, the over 35 formal decisions rendered every year help to shape the parameters of acceptable content on an ongoing basis, whether in the talk show, news, drama or other areas.

The CBSC works very hard to ensure that the results of its decisions are known to all those who are affected by them. Its volunteer adjudicators on both the public and industry side are dedicated to the emergence of a set of principles that will fairly circumscribe public expectations. It is a mark of the thoughtfulness and impartiality of the adjudicators, both public and industry that, with the exception of four of the 363 decisions, they have rendered unanimously, whether in favour of, or against, the broadcasters.

[English]

It is a mark of the success of the Canadian private broadcasters' self-regulatory system that it does not require the huge financial penalties of the American regulatory process to work. The system works because the broadcasters have committed themselves to the process. They created it. They support it financially. More importantly, they support it morally. After all, they live in the communities in which they broadcast. It makes good Canadian sense.

Thank you for your time and attention. We are available to answer your questions.

Senator Phalen: Your organization has been in existence for 15 years. This committee has heard numerous witnesses on the subject of concentration of ownership in recent years.

Can you tell us if there is any correlation between the complaints you receive and the ownership situation?

Mr. Cohen: There is no correlation. To date, right up to this afternoon, there have been no complaints about any specific program or item broadcast on Global or CTV, because those are the two main broadcasters for which we have responsibility in this area, that have related to a concentration of ownership issue. Complainants have to, of course, refer to a specific program and say to us, "Well, on this day something happened that we think would reflect a concentration of ownership issue." They do not have to use that language, but they have to tell us that. We have had no such complaints.

Senator Phalen: Your website mentions the endorsement of the CRTC for a number of your initiatives.

Can you tell us a little about your relationship to the CRTC and whether or not you believe changes to their mandate are necessary?

Comme exemples de décisions rendues par le Conseil, je vous cite celles qui portent notamment sur la série *Mighty Morphin Power Rangers*, le *Dr. Laura Schlessinger Show*, le *Howard Stern Show* et le *Jerry Springer Show*.

[Français]

Jour après jour, nous rendons chaque année plus de 35 décisions officielles qui aident à définir continuellement les paramètres d'un contenu acceptable, qu'il s'agisse d'une émission-débat, de nouvelles, d'un téléroman ou d'un autre type d'émission.

Le CCRN s'efforce grandement de faire en sorte que tous les gens concernés par ses décisions en soient informés. Ses arbitres bénévoles œuvrant au nom du public et de l'industrie sont responsables de l'élaboration de nouveaux principes qui permettront d'englober passablement les attentes du public. Il s'agit là d'un signe de grande attention et d'impartialité de la part des arbitres, du public et de l'industrie puisqu'à l'exception de 4 des 363 décisions, ils ont voté unanimement en faveur ou contre les diffuseurs.

[Traduction]

Le fait que le régime d'autoréglementation des radiodiffuseurs privés canadiens n'ait pas besoin d'imposer les lourdes amendes du régime américain témoigne de son succès. Le régime est efficace parce que les radiodiffuseurs en ont pris l'engagement. Ce sont eux qui l'ont créé et qui le soutiennent financièrement. Fait plus important encore, il a leur appui moral. Après tout, ils vivent dans les collectivités où ils diffusent. C'est une question de gros bon sens à la canadienne.

Je vous remercie de votre temps et de votre attention. Nous demeurons à votre disposition pour répondre aux questions.

Le sénateur Phalen : Votre organisme existe depuis quinze ans. Le comité a entendu de nombreux témoins lui parler de la concentration de la propriété survenue au cours des dernières années.

Pouvez-vous nous dire s'il existe un lien entre les plaintes que vous recevez et la question de la propriété?

M. Cohen : Il n'y en a pas. Jusqu'ici, en fait jusqu'à cet après-midi, nous n'avons pas reçu de plainte au sujet d'émissions ou de points particuliers diffusés par Global ou CTV, car ce sont les deux principaux diffuseurs dont nous sommes responsables dans ce domaine, qui auraient eu un lien avec la concentration. Les plaignants sont obligés, bien sûr, de mentionner une émission particulière, de nous dire que, tel jour, quelque chose s'est produit qui avait un lien, selon eux, avec la question de la concentration de la propriété. Ils n'ont pas besoin d'utiliser ces expressions, mais il faut qu'ils le disent. Nous n'avons pas reçu de plaintes de cette nature.

Le sénateur Phalen : Vous mentionnez sur votre site Web que plusieurs de vos initiatives ont l'appui du CRTC.

Pouvez-vous nous en dire un peu plus au sujet de vos rapports avec le CRTC et préciser si, d'après vous, un changement de son mandat s'impose?

Mr. Cohen: First, we do not have a perspective to bring on the mandate of the CRTC. In an important sense, that is outside our mandate, but I can tell you about how we function with the CRTC.

The CRTC, of course, as the body mandated to exercise the authority of the Parliament of Canada, has full responsibility for all issues of broadcasting and telecommunications. However, in one of the public notices I have mentioned, 1991-90, the CRTC provided the opportunity at that point for the private broadcasters to self-regulate.

Essentially, all complaints that arise with the CRTC that relate to any of the private broadcasters who are also members of the CBSC, as are virtually all private broadcasters in Canada, are shipped over to the CBSC unless they disclose a potential breach of the Broadcasting Act or regulations under it. The CRTC retains those cases. Otherwise, they come over to us and we deal with those issues. That is the fundamental relationship between the two bodies.

Senator Phalen: In the CRTC's decision on the licensing applications of CTV and CanWest Global, they said they would suspend their separation of newsroom conditions for these cross-media owning companies. Has your organization come up with an industry-wide code of conduct?

Mr. Cohen: Yes, in part. We have submitted a draft code to the CRTC on which we had worked with the three broadcasting organizations that had been signalled and separated out by the CRTC in this respect. The code was submitted to the CRTC, and we await their reaction to see what will happen to it next.

In the meantime, we have become the broadcast monitoring committee for CTV and CanWest Global in the event of any complaints arising in the journalistic independence area.

Senator Phalen: Because your organization is made up of members of the Canadian Association of Broadcasters and financed by those same members, would this not allow to you police yourselves?

Mr. Cohen: Yes, it does. We have sufficient financing available to do that policing in an effective way.

Senator Phalen: That leads to my next question. Are you financially able to police such a code of conduct?

Mr. Cohen: Yes, we are in a position to do that from a financial point of view.

Senator Eyton: I read a little, and heard a little in the exchange just now, about how you came into being, but I am curious as to what the trigger was for the formation of your organization. I understand it came into being in 1990. How did that happen? Who took the lead?

Mr. Cohen: I was not there at the time, so a little of this is surmise on my part.

M. Cohen : Nous n'avons pas au départ de point de vue au sujet du mandat du CRTC. Dans un certain sens, important, la question ne relève pas de notre mandat. Cependant, je puis vous décrire les rapports que nous entretenons avec cet organisme.

En tant qu'organisme mandaté pour exercer le pouvoir du Parlement du Canada, le CRTC assume naturellement l'entière responsabilité de toutes les questions de radiodiffusion et de télécommunication. Toutefois, dans un des avis publics que j'ai mentionnés, l'avis 1991-90, le CRTC a offert aux radiodiffuseurs privés la possibilité de s'autoréglementer.

Toutes les plaintes reçues au CRTC qui concernent les radiodiffuseurs privés membres du conseil, comme le sont presque tous les radiodiffuseurs privés du Canada, sont essentiellement transmises au Conseil à moins qu'elles ne concernent une éventuelle infraction à la Loi sur la radiodiffusion ou à son règlement d'application, auquel cas elles relèvent du CRTC. Dans les autres cas, le CRTC nous envoie les plaintes, et c'est à nous d'y voir. Ce sont les rapports qu'entretiennent les deux organismes.

Le sénateur Phalen : Dans sa décision concernant les demandes de licence de CTV et de CanWest Global, le CRTC a déclaré qu'il lèverait provisoirement l'obligation de ces entreprises à propriété croisée de maintenir des services de nouvelles distincts. Votre organisme a-t-il produit un code de déontologie applicable à l'industrie dans son ensemble?

M. Cohen : En partie, oui. Nous avons soumis au CRTC une ébauche à laquelle nous avons travaillé de concert avec les trois organismes de diffusion repérés et classés à part par le CRTC à cet égard. Le code a été soumis au CRTC, et nous attendons de connaître sa réaction avant d'aller plus loin.

Entre-temps, nous assurons la surveillance de la diffusion pour CTV et CanWest Global, au cas où il y aurait des plaintes au sujet de l'indépendance des journalistes.

Le sénateur Phalen : Puisque votre organisme est composé de membres de l'Association canadienne des radiodiffuseurs et financé par eux, cela nous vous permet-il pas de vous réglementer vous-mêmes?

M. Cohen : Effectivement. Nous disposons de suffisamment de fonds pour le faire avec efficacité.

Le sénateur Phalen : Voilà qui me permet d'enchaîner avec une autre question. Êtes-vous capables financièrement d'assurer le respect d'un pareil code de déontologie?

M. Cohen : Oui, nous le sommes.

Le sénateur Eyton : J'ai lu une partie de votre documentation et j'ai entendu dans votre déclaration certains renseignements sur la raison de la création de votre organisme, mais je me demande quel a été l'élément déclencheur. Je sais que votre organisme date de 1990. Qu'est-ce qui a mené à sa création? Qui en a pris l'initiative?

M. Cohen : Je n'étais pas là durant cette période. Je vais donc devoir me contenter d'émettre des conjectures.

I think it was a combination of things. First of all, the broadcasters were of the view that they could take care of their own business. When it came to complaints, they would be perfectly able to do that job.

At the same time, if you look at CRTC pronouncements from, essentially, 1987 on, there was an indication from the commission regarding the idea of self-regulation. This was not only in reference to the private broadcasters, but in the case of the cable sector, for example, they have their own body. Advertisers have their own body as well.

The commission was looking in the direction of self-regulation as an effective way to go. It may have been in part because it would relieve them of burdens they would otherwise have to carry for the thousands and thousands of complaints they would receive. I suspect it was a combination of those things. The CRTC set up a system for overseeing what we did to ensure that it was effective.

Senator Eyton: Was there any particular circumstance or challenge that might have brought that system on at that time?

Mr. Cohen: I am not aware of any particular circumstance or challenge that would have brought that on, but if you have a suggestion, I would like to hear it.

Senator Eyton: I am curious as to why an organization suddenly appears. I have some understanding from your presentation and my reading. Do you have any stalking horses? Is there anyone in other jurisdictions or other states, for example, that you look at to copy and measure yourself against? I am a strong believer in stalking horses. I believe that you can always eat better if you understand what other people are doing, study their best, replicate it and try to get rid of the worst.

Mr. Cohen: Your point is well taken. We remain in regular contact with other bodies of this nature. In May I was in Johannesburg. It would be fair to say, Senator Eyton, that to some extent we serve as a stalking horse for other bodies in the world, but it certainly is a two-way street. When I was there I met with colleagues from South Africa, Zambia, Britain, Germany, Slovakia, Australia and New Zealand. We were discussing issues of common interest. We are, in a sense, in constant contact.

In the course of the last month I was in particular contact with our colleagues in South Africa, the U.K., Australia and New Zealand over an issue that is of concern to all of us and that we are looking to refine in the Canadian environment.

That is a long and detailed answer because I think it is illustrative of what you are getting at — if we do maintain that contact. We serve as a good example for many other bodies as well.

Senator Eyton: Do you have that kind of exchange with your American counterparts?

Je crois que la création du conseil a été attribuable à plusieurs facteurs réunis. Tout d'abord, les radiodiffuseurs étaient d'avis qu'ils pouvaient voir à leurs propres affaires, qu'ils étaient tout à fait capables de régler eux-mêmes les plaintes.

Parallèlement, si l'on se fie aux décisions rendues par le CRTC à compter essentiellement de 1987, l'idée de l'autoréglementation faisait son bout de chemin. Elle n'englobait pas seulement les radiodiffuseurs privés, puisque le secteur de la câblodistribution avait déjà son propre organisme de réglementation, tout comme les publicitaires.

Le CRTC s'orientait vers l'autoréglementation. Ce fut peut-être attribuable au fait, en partie, que cela le soulagerait du fardeau de voir à des milliers de plaintes. Je soupçonne que ce fut une combinaison de tous ces facteurs. Le CRTC a mis en place un processus pour veiller à ce que notre régime soit efficace.

Le sénateur Eyton : Y a-t-il eu durant cette période des circonstances particulières ou un problème qui auraient mené à cette situation?

M. Cohen : Pas que je sache, mais si vous avez des suggestions, j'aimerais bien les entendre.

Le sénateur Eyton : Je suis curieux de savoir pour quelle raison un organisme est subitement créé. Votre déclaration et mes lectures m'ont fourni quelques réponses. Avez-vous des modèles dont vous vous inspirez? Y a-t-il, au sein d'une autre compétence ou dans d'autres États par exemple, un organisme qui vous sert de modèle et en fonction duquel vous vous évaluez? Je suis un chaud partisan des modèles. Je suis convaincu qu'on peut toujours s'améliorer si l'on suit ce que font les autres, si l'on étudie ce qu'ils font de mieux, qu'on le copie et qu'on se débarrasse du pire.

M. Cohen : J'en prends bonne note. Nous sommes en liaison constante avec d'autres organismes de même nature. En mai, j'étais à Johannesburg. Il serait juste de dire, sénateur, que, dans une certaine mesure, c'est nous qui servons de modèle aux autres organismes, mais il s'agit certes d'un échange. Quand j'y étais, j'ai rencontré des homologues d'Afrique du Sud, de Zambie, de Grande-Bretagne, d'Allemagne, de Slovaquie, d'Australie et de Nouvelle-Zélande. Nous discutons de points que nous avions en commun. Nous maintenons, en un certain sens, une liaison constante.

Le mois dernier, j'ai plus particulièrement eu des contacts avec nos collègues d'Afrique du Sud, du Royaume-Uni, de l'Australie et de la Nouvelle-Zélande au sujet d'une question qui nous préoccupe tous et que nous cherchons à adapter au contexte canadien.

Je vous donne beaucoup de détail parce que je crois que cela illustre bien ce à quoi vous voulez en venir — si nous demeurons en liaison. Nous servons d'exemple à suivre à de nombreux organismes aussi.

Le sénateur Eyton : Avez-vous ce genre d'échanges avec vos homologues américains?

Mr. Cohen: There is no American counterpart, really. The FCC is the formal regulator and it is the counterpart of the CRTC, but there is no self-regulatory body that performs the kinds of activities that we do. There was one such organization in Minnesota. There is no other organization of the type with which I am familiar in the United States. However, in Johannesburg, for example, Jeff Cole, who was the head of the Centre for Communication Policy at UCLA, and that entire enterprise moved to the school at USC. He was there. We are in regular dialogue with him, but the Americans do not have a comparable body.

Senator Eyton: You spoke about your code of conduct and the items you covered, most of which would not be very controversial. Certainly, in this room we would say that is a good thing and agree to it readily. The area we are looking at in particular is news and information and the balance that we believe is in the public interest. Is that concern covered by your remark that you did not try to manage or prescribe taste? When you look at taste in a broadcasting context, do you look at balance in the service that is provided to the public?

Mr. Cohen: To judge by the complaints that we receive, there are many contentious issues with which we deal on an ongoing basis. I mentioned two of them. Some of them have been very public recently, involving, among other things, comments by Gilles Proulx in the province of Quebec, which may or may not have come to your attention, but have been of concern. There are inevitably some contentious issues outside of the news area.

The issue of taste can arise anywhere. It can arise in dramatic programming. It can arise in open-line programming. It could conceivably arise in the news area. It is likelier to arise in the area of public affairs. We would not deal with a simple taste issue, but we do deal on a regular basis with journalistic and news issues arising either under the RTNDA Code of Journalistic Ethics or under the CAB Code of Ethics, where there are also very specific journalistic provisions.

Senator Eyton: Is there a public register or a place where I can examine decisions or actions you have taken?

Mr. Cohen: Our website provides a full textual record, including a record of all of the pertinent documentation coming from complainants in the first place, also going back from broadcasters to complainants, for all 363 decisions since the very first one in 1991. They are all accessible and on the record.

Senator Mercer: I want to talk about membership and then move on to news coverage.

M. Cohen : En réalité, il n'existe pas de contrepartie américaine. La réglementation comme telle est assurée par la FCC, la contrepartie du CRTC, mais il n'existe pas d'organisme d'autoréglementation qui fait ce que nous faisons. Il y en a eu un au Minnesota, mais que je sache, il n'y en a pas d'autres aux États-Unis. Toutefois, à Johannesburg par exemple, Jeff Cole était directeur du Centre for Communication Policy à UCLA. Toute l'entreprise s'est installée à l'école d'USC. Il y était. Nous entretenons un constant dialogue avec lui, mais les Américains n'ont pas d'organisme comparable.

Le sénateur Eyton : Vous avez parlé du code de déontologie et de certains points qui, pour la plupart, ne suscitent pas beaucoup de controverse. Les personnes réunies dans la salle affirmeraient que c'est bien et l'accepteraient aisément. Le domaine qui nous intéresse plus particulièrement est celui de l'actualité et de l'information, de même que de l'équilibre qui correspond à l'intérêt public. La remarque que vous avez faite au sujet des questions de goût, que vous ne tentiez pas de les gérer ou de les baliser, servait-elle la réponse à cette préoccupation? Quand il est question de goût dans un contexte de radiodiffusion, recherchez-vous un certain équilibre dans le service qui est fourni au public?

M. Cohen : À en juger par le nombre de plaintes que nous recevons, il existe bien des questions litigieuses dont nous traitons constamment. J'en ai mentionné deux. Certaines ont beaucoup retenu l'attention récemment, entre autres, les propos de Gilles Proulx au Québec dont vous avez peut-être entendu parler. Elles sont préoccupantes. De pareilles questions sont inévitablement soulevées dans d'autres domaines que l'actualité.

Le mauvais goût peut se manifester n'importe où, en dramatique, sur les tribunes téléphoniques, voire dans le domaine de l'actualité. Il est plus probable qu'il se manifeste dans le domaine des affaires publiques. Nous n'examinerions pas une simple affaire de mauvais goût, mais il nous arrive régulièrement d'être saisis de questions relevant du journalisme ou de l'actualité aux termes du Code de déontologie journalistique de l'Association des directeurs de l'information en radio-télévision ou de Code de déontologie de l'Association canadienne des radiodiffuseurs, qui prévoient des dispositions très précises au sujet du journalisme.

Le sénateur Eyton : Existe-t-il un registre public ou un endroit où l'on peut consulter les décisions ou les mesures prises par votre organisme?

M. Cohen : Vous trouverez, sur notre site Web, le texte intégral des décisions, y compris toute la documentation soumise au départ par le plaignant, de même que toute la correspondance échangée entre le radiodiffuseur et le plaignant, pour toutes les 363 décisions rendues depuis notre création, en 1991. On peut toutes les consulter et elles sont du domaine public.

Le sénateur Mercer : J'aimerais discuter de la composition de votre organisme, puis passer à la couverture de l'actualité.

You spoke about 581 broadcasters covering the radio/television specialty service areas, 425 representing radio broadcasters, 88 conventional television broadcasters and 68 specialty services. That seems like a lot of people. If you could break those 581 down, how many owners are there?

Mr. Cohen: We would have to go back and do some homework. If that were important to you, senator, we would do that. I am not in a position to answer the question now, but it is obvious that there are some companies that own a good number of licensees.

Senator Mercer: For example, Maritime Broadcasting owns 20-plus radio stations; would each radio station be a member?

Mr. Cohen: In normal circumstances they would. Maritime is one of the few broadcast groups in the country that is not a member of the Canadian Broadcast Standards Council.

Senator Mercer: We know that CBC is not a member. We now know that Maritime Broadcasting is not a member. Are there other large holes in your membership across the country? What is the geographic distribution of your membership — without giving specifics and telling me you have two people in Prince George and one in Lunenburg?

Mr. Cohen: We would be in a position to provide you with that information, without any question. We did not break it down on that basis. We did not think of doing so, honestly. I do not think it would be difficult to provide the clerk with that information. We clearly have broadcaster members right across the country, from Newfoundland to Vancouver Island, on the east-west axis.

Senator Mercer: I am interested in the number of complaints that you receive. Did you say there were 360 since 1991?

Mr. Cohen: There have been 363 decisions.

Senator Mercer: Have you had many more complaints?

Mr. Cohen: That is right. The complaints run at a level of about 2,000 a year, roughly speaking.

Senator Mercer: What happens with the ones where there are no decisions?

Mr. Cohen: We do not deal with a percentage of the complaints that we receive. First, they may not concern our members. We get complaints about the CBC and other public broadcasters, and we send them along to the CRTC. There are complaints that do not concern our codes at all. There are complaints that do not provide sufficient detail to enable us to deal with them.

We may get complaints that refer to something that was said on air, but without telling us what station, what day or at what time. We cannot deal with that kind of complaint. We have to be able to get a tape of the program.

Vous avez parlé de 581 diffuseurs au total, soit 425 radiodiffuseurs, 88 télédiffuseurs classiques et 68 chaînes spécialisées. Cela semble beaucoup. Si vous pouviez nous ventiler ces données, combien y aurait-il de propriétaires?

M. Cohen : Il faudrait aller aux renseignements et vous répondre plus tard. Si vous y tenez, sénateur, nous pouvons le faire. Par contre, je suis incapable de vous répondre tout de suite, mais, de toute évidence, certaines sociétés sont propriétaires d'un bon nombre des titulaires de licence.

Le sénateur Mercer : L'exemple de Maritime Broadcasting, qui est propriétaire d'une vingtaine de stations de radio, me vient à l'esprit. Chaque station serait-elle membre de votre organisme?

M. Cohen : Elles le seraient habituellement. Or, Maritime est un des rares groupes de radiodiffusion au pays qui n'est pas membre du Conseil canadien des normes de la radiotélévision.

Le sénateur Mercer : Nous savons que la SRC n'en fait pas partie. Voici que nous apprenons que Maritime n'en fait pas partie non plus. Y a-t-il d'autres grandes sociétés qui ne font pas partie de votre organisme au Canada? Comment se répartissent vos membres, sur le plan géographique — sans donner de précisions et sans aller jusqu'à me dire que vous avez deux membres à Prince George et un autre à Lunenburg?

M. Cohen : Il est certain que nous pouvons vous obtenir les renseignements. Par contre, nous n'avons pas ventilé nos données à ce point. Pour être honnête avec vous, cela ne nous est pas venu à l'esprit. Je ne crois pas qu'il soit difficile de faire parvenir ces renseignements au greffier. Nous comptons manifestement des membres d'un bout à l'autre du pays, de Terre-Neuve à l'Île de Vancouver, si l'on suit l'axe est-ouest.

Le sénateur Mercer : Je m'intéresse au nombre de plaintes que vous avez reçues. Avez-vous dit que vous en aviez reçu 360 depuis 1991?

M. Cohen : Nous avons en fait rendu 363 décisions.

Le sénateur Mercer : Avez-vous reçu beaucoup d'autres plaintes?

M. Cohen : C'est juste. Nous recevons à peu près 2 000 plaintes par année.

Le sénateur Mercer : Qu'arrive-t-il dans le cas des plaintes au sujet desquelles aucune décision n'est rendue?

M. Cohen : Nous ne tenons pas compte du pourcentage de plaintes que nous recevons, au départ parce qu'elles ne concernent peut-être pas nos membres. En effet, nous en recevons au sujet de la SRC et d'autres radiodiffuseurs publics et nous les transmettons au CRTC. D'autres plaintes n'ont absolument rien à voir avec nos codes. D'autres encore ne fournissent pas suffisamment de détails pour nous permettre de les examiner.

Il arrive que nous recevions des plaintes au sujet de propos tenus en ondes, mais elles ne précisent pas la station, le jour ou l'heure. Nous ne pouvons pas traiter ce genre de plainte. Il faut que nous puissions obtenir un enregistrement de l'émission.

I will just get the actual numbers for the past fiscal year, which ended August 31: We opened 1,924 complaint files in the year and we actually handled 1,526 of those, which is to say 79.3 per cent. Essentially, we handled four out of five complaints.

I neglected to mention to you that some of the complaints were sent to other bodies having responsibility, like Advertising Standards Canada. That is an example of an issue that did not concern us or our broadcaster members but concerned the advertiser. We send complaints to the Cable Television Standards Council, to which I had referred a few moments ago in responding to Senator Eyton.

As for the other block of complaints, it is equally important to know that in the vast majority of cases with respect to the broadcasters, who are obliged to reply to every complaint we receive that concerns their station, service or network, the individuals are most frequently satisfied with the response given to them.

It is only when they get back to us to say they were not satisfied that we give them a document that they merely have to return to us, without explanation, which says "We are not satisfied," and begin the next part of the process.

In the vast majority of cases, they are satisfied with the effort made by the broadcaster in reply.

Senator Mercer: You indicated there are seven panels, five regional and two national. Who makes up those panels? Who decides who is on the panel?

Mr. Cohen: The members of the panels, the adjudicators, are appointed by the national chair. I consult broadcasters and members of the public in order to make the decisions about who should sit.

We make a significant effort to have appropriate geographic and gender representation as well as representation of the multicultural fabric of this country. Of course, half the adjudicators being members of the industry, we have a distribution to make among the major companies. Rogers, CTV, Standard, NewCap, CHUM and so on, need to be represented. We have to make sure groups and smaller broadcasters have appropriate representation on the industry side. We go through that balancing effort right across the country in making the appointments.

Senator Mercer: It sounds like those panels are large. What is the size of an ordinary panel?

Mr. Cohen: We have panels of 10 adjudicators each. We sit, however, as panels of six. The idea of having 10 is that we have some bench strength. In circumstances where adjudicators A, B and C may be unavailable, we can then call on others to try to get a panel of six together. In the regional panels, it is three public members and three broadcaster members. In the two national panels, I sit as the national chair, and then there are three public members and three broadcaster members in those two cases.

Je vais simplement vous fournir les données réelles pour le dernier exercice qui a pris fin le 31 août. Nous avons ouvert 1 924 dossiers de plainte dans l'année et nous en avons traités 1 526, soit 79,3 p. 100. Donc, nous avons réussi essentiellement à traiter quatre plaintes sur cinq.

J'ai omis de mentionner que certaines plaintes avaient été transmises aux organismes compétents, comme Les normes canadiennes de la publicité. Voilà l'exemple d'une question qui ne nous concernait pas et ne concernait pas nos membres, mais qui visait le publicitaire. Nous transmettons aussi des plaintes au Conseil des normes de télévision par câble, organisme dont j'ai parlé tout à l'heure en réponse à une question du sénateur Eyton.

Pour ce qui est des autres plaintes, celles que nous conservons, il est tout aussi important de savoir que, la plupart du temps, en ce qui concerne les radiodiffuseurs, qui sont tenus de répondre à chaque plainte que nous recevons au sujet de leur station, de leur service ou de leur réseau, les plaignants sont le plus souvent satisfaits de la réponse obtenue.

Ce n'est que lorsqu'ils communiquent avec nous pour nous dire qu'ils sont insatisfaits que nous leur envoyons un document qu'ils n'ont qu'à nous retourner signé, sans explication, pour attester leur insatisfaction. C'est alors que débute la phase suivante du processus.

Très souvent, par contre, ils sont satisfaits de la réponse que leur fait le radiodiffuseur.

Le sénateur Mercer : Vous avez mentionné l'existence de cinq comités d'arbitrage, cinq régionaux et deux nationaux. Qui est membre de ces comités? Qui décide de leur composition?

M. Cohen : Les membres des comités, les arbitres, sont nommés par la présidence nationale. Je consulte les radiodiffuseurs et des membres du grand public avant de fixer mon choix.

Nous nous efforçons d'avoir une bonne représentation géographique, sexuelle et multiculturelle. Naturellement, la moitié des arbitres étant des membres de l'industrie, il faut aussi assurer une représentation au sein des grandes sociétés. Il faut que Rogers, CTV, Standard, NewCap, CHUM et les autres soient représentés. Nous devons faire en sorte également que les groupes et les petits radiodiffuseurs sont convenablement représentés. Nous recherchons cet équilibre d'un bout à l'autre du pays quand nous faisons les nominations.

Le sénateur Mercer : À vous entendre, ces comités sont composés de nombreux représentants. Combien de personnes font partie d'un comité ordinaire?

M. Cohen : Nos comités sont composés de dix arbitres chacun. Toutefois, six seulement par comité siègent à la fois. Nous les dotons de dix arbitres pour avoir des effectifs de réserve. Si trois arbitres ne sont pas disponibles, nous pouvons alors faire appel à d'autres de manière à avoir six arbitres. Lorsqu'ils siègent, les comités régionaux sont composés de trois représentants du grand public et de trois représentants de l'industrie. La composition est la même pour ce qui est des comités nationaux, sauf que je m'y ajoute en tant que président national.

Senator Mercer: Is membership voluntary?

Mr. Cohen: Yes.

Senator Mercer: We have already talked about a number of outlets and groups of outlets who are outside your organization, CBC being one example and Maritime Broadcasting another.

Mr. Cohen: Those are different circumstances. We have no mandate to deal with public broadcasters at all, and on the private side, I cannot name you another group of any significance that is outside of the CBCS. Maritime is the only one.

Senator Mercer: Would it be beneficial for the voluntary aspect to be removed and become a condition of licensing, and not necessarily to name your body, but since you are the only game in town, that is who they would have to join?

Mr. Cohen: I do not think naming us is a bad thing, senator.

Senator Mercer: I anticipated someone else saying that.

Mr. Cohen: There is an issue that could be difficult in terms of the old principle, *delegatus non potest delegare*, which is to say that since the CRTC has ultimate responsibility in this area, unless Parliament were to provide us with that responsibility directly, I am not sure that legally speaking it would be possible for it to be other than voluntary.

Since we have almost everyone in the country, certainly all of the major players, and, of course, a huge number of small stations all around the country, as members, it seems to me that the question of forcing membership may not be necessary; we already have a high level of participation.

Senator Mercer: How many members are there on the staff?

Mr. Cohen: In-house, we have a total of five persons.

Senator Mercer: Do they all come from a background in broadcasting of some kind, or are they administrative personnel?

Mr. Cohen: None of the five comes from any broadcasting background.

Senator Merchant: You do not deal with a certain number of complaints. Do you make any effort to get back to the complainants to see if you can get more information from them? Sometimes ordinary people might not know exactly how to present their complaint. Do you get back to them to see if you can resolve their problem?

Mr. Cohen: Senator, we get back to every person who writes to us, so even where someone may write about a matter with which we will not deal at the end of the day, for whatever reason, we tell them something about ourselves because we think it is important that members of the public know what we do. Even if we cannot be of help to them this time, we may be of help next time.

We do provide information to absolutely everyone who writes to us.

Le sénateur Mercer : Les arbitres sont-ils des volontaires?

M. Cohen : Oui.

Le sénateur Mercer : Nous avons déjà parlé de certaines entreprises ou groupes d'entreprises qui ne font pas partie de votre conseil, dont la SRC et Maritime.

M. Cohen : La situation est différente. Nous ne sommes pas du tout mandatés pour représenter les radiodiffuseurs publics et, dans le privé, je suis incapable de vous nommer un autre groupe d'importance qui n'est pas membre. Maritime est le seul.

Le sénateur Mercer : Serait-il avantageux d'abolir le volontariat et de rendre obligatoire l'adhésion à votre organisme comme condition de délivrance de la licence, de sorte que, sans forcément nommer votre organisme, mais comme vous êtes le seul, il faudrait qu'ils en deviennent membres?

M. Cohen : Je ne pense pas que le fait de nous nommer soit mauvais, sénateur.

Le sénateur Mercer : J'avais prévu qu'un autre que vous le dirait.

M. Cohen : Il y aurait un problème difficile à résoudre, soit le principe du délégué qui ne peut déléguer, puisque, étant donné que le CRTC assume l'utilité responsabilité dans ce domaine, à moins que le Parlement ne nous en confie la responsabilité directement, je ne suis pas sûr que, sur le plan juridique, il serait possible de rendre l'adhésion obligatoire.

Comme nos membres incluent presque tous les intervenants au Canada, du moins les principaux et, bien sûr, un grand nombre de petites stations réparties un peu partout au Canada, il me semble qu'il n'est peut-être pas nécessaire de rendre l'adhésion obligatoire. Le taux de participation est déjà élevé.

Le sénateur Mercer : Combien avez-vous d'employés?

M. Cohen : Nous comptons cinq employés en tout à l'interne.

Le sénateur Mercer : Viennent-ils tous du milieu de la radiodiffusion ou s'agit-il de personnel administratif?

M. Cohen : Aucun des cinq ne vient du milieu de la radiodiffusion.

Le sénateur Merchant : Vous ne traitez pas un certain nombre de plaintes. Vous efforcez-vous de communiquer avec les plaignants pour obtenir des précisions? Parfois, M. ou Mme Tout-le-monde ignore comment exposer au juste sa plainte. Communiquez-vous avec eux pour voir si vous pouvez régler le problème?

M. Cohen : Sénateur, nous répondons à tous ceux qui nous écrivent. Donc, même si nous recevons une plainte pour laquelle nous n'avons pas compétence, quelle qu'en soit la raison, nous renseignons le plaignant sur notre organisme parce que nous estimons important que le grand public sache ce que nous faisons. Même si nous ne pouvons pas leur être utiles à ce moment-là, nous pourrions peut-être l'être la fois suivante.

Nous fournissons de l'information à tous ceux, sans exception, qui nous écrivent.

Senator Merchant: In the print media, if something is printed that is later found to be incorrect a retraction appears in the newspaper somewhere. How does the public know what the complaints of people whom you deal with are? How do you communicate that to the general public? How do the broadcasters correct their mistake or indiscretion or whatever the complaint has been about?

Mr. Cohen: Senator, being very conscious of the position that you took when dealing with the Ontario Press Council some time ago, I may be able to be specifically helpful. In the case of the testimony that was provided on that occasion, the point was made that most of the time, the retractions are made somewhere in the paper, as you just said. Sometimes, as it was explained, page 2 is reserved for that purpose. The example was given on that occasion of *The New York Times* retraction that had recently been made on page 1 as being an exceptional circumstance.

All of the broadcaster announcements of our decisions are made on page 1. First, every broadcaster announcement of a decision that we have made does not rely on newspaper, in the sense that the press council does, to present a fair account of what was concluded.

In our case, we write it. The announcement has to be made as we have written it, and it is made in prime time, on television, and during the period in which the programming in breach of a codified standard was broadcast. If it was not a prime time program, we tell everyone watching in prime time what has happened.

That is page 1; but at the same time, we ensure that those who are watching during another period also are advised of it. If the programming in question was broadcast in prime time, then there are two announcements in prime time. Therefore, I think the information that is required gets out there very specifically.

If I may be permitted a little aside in your case, senator, you will be happy to know that on our prairie regional panel, both the regional chair and the vice-chair are from Saskatchewan.

Senator Merchant: I am very pleased to hear that, and I know other people here will be jealous. My final question is what is the term of your adjudicators? Are they appointed for a certain term? You renew their appointment obviously, but are there a limited number of renewals that you make? Do you try to have a variety of people involved in your decisions?

Mr. Cohen: We try always to have a variety of people involved in our decisions. To answer your question, the initial term is two years. There is frequently renewal. In fact, I think it is fair to say that often, adjudicators find the work so challenging and interesting that they want to stay around for a longer period.

Le sénateur Merchant : Dans la presse écrite, si une information publiée s'avère par la suite erronée, une rétractation paraît quelque part dans le journal. Comment le grand public est-il informé de l'objet des plaintes que vous traitez? Comment communiquez-vous cette information au grand public? Comment les radiodiffuseurs corrigent-ils leur erreur, indiscretion ou je ne sais trop quoi dont on se plaint?

M. Cohen : Sénateur, comme je suis très conscient de la position que vous avez adoptée à l'égard du Conseil de presse de l'Ontario il y a quelque temps déjà, je pourrais peut-être être utile à cet égard. En ce qui concerne le témoignage qui fut fait à ce moment-là, on a fait valoir que, la plupart du temps, les rétractations sont publiées quelque part dans le journal, comme vous venez de le dire. Parfois, comme on l'avait expliqué, la page 2 est réservée à cette fin. On avait cité en exemple la rétractation du *New York Times* qui avait récemment été publiée à la une comme étant une situation exceptionnelle.

Toutes nos décisions annoncées par les radiodiffuseurs font la une. Tout d'abord, le radiodiffuseur ne se fie pas forcément au journal pour annoncer une de nos décisions, comme c'est le cas du conseil de presse, et pour faire un compte rendu exact des conclusions.

Nous rédigeons nos propres annonces. L'annonce doit être faite telle que l'avons rédigée et elle doit se faire à la télévision, aux heures de grande écoute et à l'heure de diffusion de l'émission qui a enfreint une norme codifiée. S'il ne s'agissait pas d'une émission diffusée durant les heures de grande écoute, nous informons tous les téléspectateurs qui regardent la télé durant les heures de grande écoute des faits.

L'annonce est donc faite durant les heures de grande écoute. En plus, cependant, nous faisons en sorte que le public qui écoute la télé en dehors de ces heures en est aussi informé. Si l'émission en cause a été diffusée durant les heures de grande écoute, alors deux annonces sont faites durant ces heures. Je crois donc que l'information requise se rend au bon public.

Si je puis me permettre une petite parenthèse, sénateur, vous serez ravie d'apprendre qu'au sein de notre comité des Prairies, les fauteuils de la présidence et la vice-présidence régionales sont occupés par des personnes de la Saskatchewan.

Le sénateur Merchant : Je suis heureuse de l'apprendre et j'en connais ici que la nouvelle va rendre jaloux. Ma dernière question concerne la durée du mandat de vos arbitres. Sont-ils nommés pour une période déterminée? De toute évidence, vous renouvez leur mandat, mais le nombre de renouvellements est-il limité? Vous efforcez-vous de faire participer diverses personnes à vos décisions?

M. Cohen : Nous nous efforçons toujours de faire participer diverses personnes à nos décisions. En réponse à votre question, le mandat initial de l'arbitre est de deux ans. Il est souvent renouvelé. En fait, il serait juste d'affirmer que les arbitres trouvent le travail si exigeant et intéressant qu'ils souhaitent souvent demeurer en fonction plus longtemps.

There is a balance. There are always new people coming in and people leaving who have been around for a time. There is new blood and old blood. It keeps what we are doing current and relevant. I think that is important.

[Translation]

Senator Chapat: If I understand correctly, you investigate complaints. You do not file them.

Mr. Cohen: You are absolutely correct.

Senator Chapat: If you hear comments or witness some aberration, you wait until someone files a complaint.

Mr. Cohen: Yes.

Senator Chapat: You stated that as of today, the CBSC has 581 broadcaster members. One of the witnesses testified that his agency has abolished the internal complaints investigation committee set up after the agency's license was last renewed. The job of investigating complaints was turned over to the CBSC.

Have many of your members taken similar action? Do you encourage them to turn this responsibility over to the CBSC, or do they do so voluntarily?

Mr. Cohen: You are referring to a very unique situation. All CBSC broadcaster members assign to us from the outset responsibility for handling all complaints.

Regarding the testimony of Mr. Hurst of CTV — and I believe you are referring to his testimony — a decision was made in CTV's case, in accordance with the journalistic code of ethics and in keeping with matters of editorial independence, to set up a committee, further to the CRTC's decision to renew CTV's broadcasting license.

In Global's case, the broadcaster moved immediately to ask the CRTC if the CBSC could assume responsibility for any question involving editorial independence. In CTV's case, the broadcaster had set up its own committee and subsequently — I believe it was two years later — it asked the CRTC to approve the transfer of responsibility to the council. This was a unique case.

Senator Chapat: Was the transition a smooth one?

Mr. Cohen: Yes. It was a matter of asking the CRTC, which did not object at all. I think I can say, or assure you, that the CRTC is very pleased with the service we provide to the commission as well as to broadcasters and the general public. They were very pleased to see us take over this responsibility from CTV, and from Can West Global as well.

Senator Chapat: So these were exceptional cases then?

Mr. Cohen: Yes, only three cases arose involving the transfer of responsibilities held by these committees set up further to the

Nous tentons de frapper un juste équilibre. Il y a un va-et-vient constant de nouveaux venus et d'anciens. C'est ce qui assure l'actualité et la pertinence de notre travail, deux caractéristiques à mon avis importantes.

[Français]

Le sénateur Chapat : Si je comprends bien, vous recevez des plaintes, vous n'en initiez pas.

M. Cohen : Absolument, oui.

Le sénateur Chapat : Même si vous entendez des commentaires ou voyez des choses aberrantes, vous allez attendre que quelqu'un porte plainte.

M. Cohen : Oui.

Le sénateur Chapat : Vous nous avez dit que vous avez 581 diffuseurs membres présentement. Un des témoins a déclaré que son organisme avait supprimé le comité interne d'instruction des plaintes établi après le dernier renouvellement de sa licence. Ils avaient supprimé son comité pour en confier la tâche au CCNR.

Est-ce que plusieurs de vos membres ont fait ce genre de transfert de responsabilité? Est-ce que vous allez les chercher, les encourager ou viennent-ils d'eux-mêmes?

M. Cohen : La situation à laquelle vous faites référence est tout à fait particulière. Tous les radiodiffuseurs membres du CCNR, dès le début nous confient la résolution de toutes questions de plaintes.

Concernant le témoignage de M. Hurst de CTV, et c'est à son témoignage que vous faites référence, je pense, ils avaient décidé dans le cas de CTV, selon le code de déontologie journalistique et relativement aux questions de l'indépendance journalistique, d'établir un comité suite à la décision du CRTC de renouveler la licence de CTV.

Dans le cas de Global, ils ont tout de suite demandé au CRTC si le CCNR pouvait aller de l'avant en prenant la responsabilité de toute question d'indépendance journalistique. Dans le cas de CTV, ils avaient d'abord établi un comité eux-mêmes et, un peu plus tard — je pense que c'était deux ans plus tard — ils avaient décidé de demander au CRTC d'approuver un transfert de responsabilité en notre faveur. C'était tout à fait particulier.

Le sénateur Chapat : Comment s'est faite la transition?

M. Cohen : Facilement, il suffisait de demander au CRTC et celui-ci était absolument d'accord. Je pense que je peux affirmer et vous assurer que le CRTC est très satisfait du service que nous rendons de même que celui donné au grand public et aux radiodiffuseurs. Ils étaient très contents que nous prenions la responsabilité dans le cas de CTV, aussi bien que dans le cas de Can West Global.

Le sénateur Chapat : C'étaient donc des cas uniques?

M. Cohen : Oui, car il n'y avait que trois possibilités de transfert de la responsabilité de ces comités établis par le CRTC.

renewal of the broadcaster's licenses by the CRTC. The three broadcasters in question were Can West Global, CTV and TVA. TVA decided to maintain its complaints investigation committee, while the two other broadcasters transferred this responsibility to the CBSC.

Senator Chaput: I have one final question. How much time elapses between the moment you receive the complaint and the moment it is ultimately settled, one way or another?

Mr. Cohen: We always endeavour to resolve complaints within six months of receiving the initial request. The document to which I referred earlier, that is the document that we send to the complainant, sets out the possibility for the complainant to request an investigation by the CBSC, which sets the wheels in motion. We try to resolve matters within a six-month time frame.

[English]

Senator Munson: In the notes for your opening remarks, there is a headline saying "A Successful Experiment in Self-Regulation" — we would all like to get a headline like that in the former *Newsworld*. However, you are paid by the 500-and-so broadcasters that you represent. Do you not find yourself in a bit of a straitjacket? How critical can you be of the people who pay you?

Mr. Cohen: Do you mean conflicted, senator?

Senator Munson: Yes.

Mr. Cohen: The answer is we do not feel conflicted at all.

In the course of the last 36 decisions that we have rendered — just to choose the most recent possible examples — 32 were against the broadcasters.

In the fiscal year 2004-05, which is not quite the same as the calendar year, as you know from your background in broadcasting — it runs from September 1 to August 31 — of the 35 decisions rendered, 31 of them were against broadcasters. In the previous fiscal year, if I have my figures correct, of the 36 decisions in that year, 28 of them were rendered against broadcasters. In the fiscal year before that, when there were 37 decisions rendered, 27 were against broadcasters.

If you are asking me if we have any difficulty rendering decisions against broadcasters, the answer is no. May I go one step further before I give you the opportunity to come back with another point? Even when we dealt with major programs such as the *Mighty Morphin' Power Rangers*, which at the time, 1994, was the most financially successful program in the history of children's television, our decision against that program — which actually attracted worldwide, not just Canadian attention — resulted in that program leaving the air on YTV the day after it was rendered. It left the air shortly after that on TVA; on CanWest

suite à la décision de renouvellement du CRTC. Il y avait le cas de CanWest Global, le cas de CTV et celui de TVA. TVA a retenu son propre comité; dans le cas des deux autres, nous avons la responsabilité de le faire.

Le sénateur Chaput : Une dernière question : entre le moment où vous recevez la plainte et le moment où cela se règle, d'une façon ou d'une autre, combien de temps s'écoule-t-il?

Mr. Cohen : Nous essayons toujours de résoudre toute question dans les six mois suivant une demande de décision. Le document auquel j'avais fait référence tout à l'heure, autrement dit le document que nous envoyons au plaignant, établit pour le plaignant la possibilité, dans le cas de non satisfaction, de déposer cette demande de décision de notre part qui, à ce moment, fait démarrer notre processus. On essaie de résoudre toute question dans les six mois suivant la réception de cette demande de décision.

[Traduction]

Le sénateur Munson : Dans les notes qui ont servi à faire votre déclaration, on peut voir un titre qui qualifie de succès l'expérience de l'autoréglementation. Nous aimerions tous faire la une de l'ancien *Newsworld* comme cela. Cependant, vous êtes payé par les quelque 500 radiodiffuseurs que vous représentez. Ne vous trouvez-vous pas coincé dans un carcan trop étroit? À quel point êtes-vous libre de critiquer ceux qui vous paient?

Mr. Cohen : Vous voulez savoir si je suis en situation de conflit, sénateur?

Le sénateur Munson : Oui.

Mr. Cohen : Le fait est que nous ne nous sentons pas en situation de conflit.

Parmi les 36 décisions que nous avons rendues récemment — pour ne parler que les plus récentes —, 32 ont été défavorables aux radiodiffuseurs.

Durant l'exercice 2004-2005, qui ne correspond pas tout à fait à l'année civile comme vous le savez puisque vous venez du milieu de la radiodiffusion, mais bien à la période allant du 1^{er} septembre au 31 août, parmi les 35 décisions rendues, 31 étaient défavorables aux radiodiffuseurs. Durant l'exercice précédent, si mes données sont exactes, parmi les 36 décisions rendues, 28 ont donné raison au plaignant et, dans l'exercice précédent, 27 des 37 décisions ont donné gain de cause au plaignant.

Si vous me demandez si nous éprouvons des difficultés à rendre des décisions défavorables aux radiodiffuseurs, je vous réponds par la négative. Puis-je étoffer ma réponse avant la question suivante? Même lorsque nous avons traité du dossier de la grande télésérie *Mighty Morphin' Power Rangers* qui, à l'époque, en 1994, était l'émission la plus lucrative de toute l'histoire des émissions télévisées pour enfants, notre décision défavorable à cette émission — qui a suscité l'attention mondiale plutôt que simplement canadienne — a entraîné sa disparition des ondes de YTV le lendemain même. Elle a été retirée de la programmation

Global, which was the primary carrier of the program in Canada, it was modified within a month or so, lasted another six months and then left the airwaves.

In the case of Howard Stern, a very expensive program to import, our decision against the broadcasters carrying Stern resulted in changes to the programming in Canada beginning immediately.

The program only continued for 11 months on the CHUM station in Montreal, CHOI-FM, and then it left the airwaves. In the case of the Toronto station, Q107, the broadcast began to be modified by a producer. Because of the cooperation of WIC, and then Corus when they took it over, we received the paper edits every single day for the two or three years that the program remained on the air after that.

My only point, senator, is that even when programs were expensive, not merely one-off situations, we have had the full collaboration of broadcasters who have bought into the system. It has not been and is not a problem for us.

Senator Munson: In the 30-odd decisions, and you named two, has there been compliance?

Mr. Cohen: Yes, absolutely.

Senator Munson: In every one of them? It is a good thing, if so.

Mr. Cohen: Yes, there has been compliance. I can you tell you more about that.

Senator Munson: You released only one decision in 2003-04 that dealt with news and public affairs. Given that, is it fair to say that the issue is not a priority for you folks and that you are involved in general programming and the ethical or moral aspect of what Canadians see or hear?

Mr. Cohen: First, we are checking that information. The answer is that the priorities are those established by the citizens of Canada. In years in which news and public affairs is the most important matter on their minds, it is the most important matter for us. We are guided entirely by the complaints we receive.

Senator Munson: Keeping that in mind, would you care to table your draft code with us?

Mr. Cohen: I do not think that I am in a position to do that because the code, such as it is, is in a state of flux until such time as the CRTC indicates whether they are comfortable with it or not, whether there are revisions required, and then it would presumably have to go back to the broadcasters themselves.

Senator Munson: Are you using that draft code to make your decisions?

peu de temps après par le réseau TVA; au réseau CanWest Global, la principale entreprise de diffusion de l'émission au Canada, elle a été modifiée dans le mois même, à peu de choses près, a duré six autres mois, puis a été retirée des ondes.

Dans le cas de l'émission de Howard Stern, une importation très coûteuse, notre décision ordonnant aux radiodiffuseurs d'cesser la diffusion a immédiatement entraîné des changements à la programmation au Canada.

L'émission a continué d'être diffusée pendant onze mois par la station de CHUM à Montréal, CHOI-FM, avant d'être retirée des ondes. Pour ce qui est de la station torontoise Q107, un producteur a commencé à modifier l'émission. Grâce à la coopération de WIC, puis de Corus après qu'elle l'ait acquise, nous avons reçu les éditoriaux des journaux à son sujet tous les jours pendant les deux ou trois années que s'est poursuivie la diffusion.

Le seul point à retenir, sénateur, c'est que, même lorsque les émissions étaient coûteuses, même dans le cas des séries, nous avons eu la pleine collaboration des radiodiffuseurs qui participent au régime. Ce n'est pas et n'a jamais été un problème pour nous.

Le sénateur Munson : Parmi la trentaine de décisions, et vous en avez nommé deux, les radiodiffuseurs s'y sont-ils conformés?

M. Cohen : Sans exception.

Le sénateur Munson : Chacun d'eux? Si c'est le cas, tout va bien.

M. Cohen : Oui, ils s'y sont conformés. Je peux vous en parler davantage.

Le sénateur Munson : Vous n'avez rendu publique en 2003-2004 qu'une seule décision portant sur des émissions de nouvelles et d'actualité. Est-il juste à ce moment-là d'affirmer que la question n'est pas une priorité pour votre organisme et que vous traitez davantage de programmation générale et de l'éthique ou de la moralité de ce que regardent ou écoutent les Canadiens?

M. Cohen : D'abord, nous vérifions cette information. Je vous dirais que les priorités sont celles que les citoyens canadiens établissent. Lorsque les actualités et les affaires publiques revêtent le plus d'importance pour eux, c'est ce qui importe le plus pour nous. Nous nous laissons guider par les plaintes que nous recevons.

Le sénateur Munson : Cela étant dit, pourriez-vous nous présenter votre code provisoire?

M. Cohen : Je ne crois pas que je puisse le faire parce que le code va évoluer jusqu'à ce que le CRTC nous dise s'il l'accepte ou non et si des corrections sont nécessaires, après quoi il devra probablement être revu par les diffuseurs eux-mêmes.

Le sénateur Munson : Utilisez-vous ce code provisoire pour rendre vos décisions?

Mr. Cohen: We have not had to make any decisions yet. We would make them on the basis of the rules as established in the CTV and Global decisions that were initially rendered by the CRTC.

Senator Munson: I was surprised at your answer to Senator Phalen on cross-media ownership, media concentration and so on. You have not received any complaints from anyone. You feel that the viewers and listeners across the country are satisfied with the stations that they are listening to or watching; that they feel they are getting enough diverse voices from Vancouver or the province of New Brunswick. No one has said a word. Perhaps they just feel they do not have too many options here?

Mr. Cohen: I am not sure why they would not have too many options. Again, this committee was very clear with Robert Hurst of CTV when he testified, and reference was made at that time, you may remember, to the \$1-million commitment from CTV. Let me tell you what CTV runs in its public service announcement. It says: "As a member of the Canadian Broadcast Standards Council, CTV is committed to the highest standards of broadcasting and adheres to the code of conduct of the Canadian Association of Broadcasters. If you have a concern about something viewed on our service or under the statement of principles and practices regarding journalistic independence, write to..." and then it provides all of the details for the CBSC. That is the substance. That is the wording of the PSA that is run on CTV. If people are not responding to it, I suggest, senator, it is because they do not have a problem. We have no control whatsoever over who complains and about what.

I should add that CanWest Global is running a very similar text. I will not take you through all of it, but it ends "such standards include Global's statement of principles and practices related to cross-media ownership," and it then provides the information about the CBSC. Even if people do not know about that, even if they have not seen those, they can always complain either to us or to the CRTC. The opportunity is there. We have no control over the complaints that Canadians file.

I would like to add one important point to a question that I thought Senator Chaput was taking us toward, and that is that while we depend on complaints to do anything, it takes only one complaint to trigger our process. There is not a threshold of 25, 50 or 100; one complaint will do it. In the case of the *Mighty Morphin' Power Rangers*, in 1994, the *Maclean's* article written when that program went off the air was entitled, "Power to the People," because two complaints had effectively removed the program from the air in Canada. It does not require much to get the process going, senator.

Senator Munson: My children used to watch *Mighty Morphin' Power Rangers* on Chinese television when we lived in Beijing. It was in Chinese characters. I guess they never understood what was going on.

M. Cohen : Nous n'avons pas encore eu à rendre des décisions. Nous le ferions en fonction des règles établies dans les décisions rendues par le CRTC concernant CTV et Global.

Le sénateur Munson : La réponse que vous avez donnée au sénateur Phalen au sujet de la propriété croisée des médias, la concentration de la presse, et cetera m'a étonné. Vous n'avez reçu aucune plainte. Vous avez le sentiment que les téléspectateurs et les auditeurs partout au pays sont satisfaits des stations qu'ils écoutent et qu'ils croient obtenir des points de vue assez diversifiés de Vancouver ou de la province du Nouveau-Brunswick. Personne n'a dit un mot. Peut-être ont-ils l'impression de ne pas avoir beaucoup d'options?

M. Cohen : Je ne vois pas pourquoi ils n'auraient pas beaucoup d'options. Encore une fois, le comité a été très clair avec Robert Hurst, de CTV, lorsque ce dernier a témoigné et, comme vous vous en rappellerez, il avait été question à ce moment-là de l'engagement d'un million de dollars fait par CTV. Dans son message d'intérêt public, CTV dit qu'à titre de membre du Conseil canadien des normes de la radiotélévision, elle s'est engagée à respecter les plus hautes normes de télédiffusion et adhère au code de conduite de l'Association canadienne des radiodiffuseurs. Si les téléspectateurs ont des réserves à propos d'une émission, de l'énoncé de principes ou des pratiques concernant l'indépendance journalistique, on les invite à s'adresser au CCNR, en leur donnant toutes les coordonnées nécessaires. Voilà ce que dit essentiellement le message d'intérêt public diffusé sur CTV. Si personne n'y donne suite, je prends pour acquis, monsieur le sénateur, qu'il n'y a pas de problème. Nous n'avons aucun contrôle sur les personnes qui portent plainte et sur l'objet des plaintes.

J'ajouterais que CanWest Global diffuse un message très semblable. Je ne vais pas le lire, mais il précise que les normes comprennent l'énoncé de principes et les pratiques de Global concernant la propriété croisée des médias; on donne ensuite l'information au sujet du CCNR. Même si les gens ignorent ce dont il s'agit, même s'ils n'ont pas vu les documents en question, ils peuvent toujours déposer une plainte devant nous ou devant le CRTC. Ils ont cette possibilité. Nous n'avons aucun contrôle sur les plaintes que les Canadiens déposent.

J'aimerais ajouter un point important concernant ce à quoi le sénateur Chaput voulait en venir. Nous attendons certes qu'il y ait des plaintes pour faire quoi que ce soit, mais il n'en faut qu'une seule pour déclencher notre processus. Il n'en faut pas 25, 50 ou 100; une seule suffit. Dans le cas de *Mighty Morphin' Power Rangers*, en 1994, l'article publié dans *Maclean's* lorsque le programme a été retiré des ondes était intitulé « Power to the People », faisant allusion au pouvoir du peuple puisque deux seules plaintes avaient suffi à faire retirer le programme des ondes au Canada. Il en faut très peu pour déclencher le processus, monsieur le sénateur.

Le sénateur Munson : Mes enfants écoutaient cette émission à la télévision chinoise lorsque nous vivions à Beijing. C'était en caractères chinois. Je crois qu'ils n'ont jamais compris ce qui se passait.

Mr. Cohen: Perhaps they did not have viewer advisories in Chinese at that time.

Senator Munson: I will let that go, but I would re-emphasize that we would love to see that draft code before we come to conclusions ourselves, and we make our report soon.

The Deputy Chairman: I have a few questions. With the advent and strong presence of all-news radio, sometimes they cross the line into what might be called radio entertainment, and it is sometimes a little off-colour or a little wild. Do you get many complaints? How would you handle a complaint about all-news radio in light of what we value in Canada as freedom of the press?

Mr. Cohen: All-news radio would not be any different from any other complaint that we get about a journalistic issue. We probably do not get a lot of complaints about all news radio. Can you think of any in particular, Ms. Gaylard?

Teisha Gaylard, Director of Policy, Canadian Broadcast Standards Council: Certain stations have an all-news format, but I would not say there are more complaints about those stations than music stations or other types of genre.

The Deputy Chairman: What if a newspaper owner and a television station owner combine their newsrooms but remain separate organizations, separate companies? There is the newspaper, and then there is a television station, for example, or a network. Can one complain about the other? Can a newspaper send in a complaint to you? Can a reporter send in a complaint?

Mr. Cohen: Yes. When you said "reporter," I assumed from the way you structured your question that you were referring to a print reporter.

The Deputy Chairman: Yes, a print reporter.

Mr. Cohen: That is important. I should add as a clarification that we do not accept complaints made by one broadcaster against another. However, nothing would prohibit a print reporter from complaining about a broadcaster. That would fly.

Senator Mercer: I have a link to what the deputy chairman asked.

Have there been a lot of complaints about editorial content, the similarity in content at stations owned by one owner? You do not have to drive too far from here and you will find a rock station, a country station and an AM talk-format station. The editorial comment, or the way the news is presented, comes across with a certain slant.

Do you get many complaints about that? We talk about canned music on these stations. Now it looks like canned news and canned editorial comment.

M. Cohen : Il n'y avait peut-être pas de mise en garde en chinois à cette époque.

Le sénateur Munson : Je vais laisser tomber cela, mais je répète que nous aimerions voir ce code provisoire avant que nous tirions nos propres conclusions, et nous devons produire notre rapport bientôt.

Le vice-président : J'ai quelques questions à poser. Avec l'arrivée et la présence imposante de la radio d'information continue, on dépasse un peu les bornes dans ce qu'on pourrait appeler le divertissement radiophonique et on frôle parfois le mauvais goût ou la démesure. Recevez-vous de nombreuses plaintes à ce sujet? Comment traiteriez-vous une plainte à l'égard de la radio d'information continue, à la lumière de ce que nous chérissons au Canada et que nous appelons la liberté de presse?

M. Cohen : Une plainte à l'égard de la radio d'information continue serait traitée de la même façon que toute autre plainte portant sur une question journalistique. Nous ne recevons probablement pas beaucoup de plaintes à ce sujet. Est-ce qu'un cas particulier vous vient à l'esprit, madame Gaylard?

Teisha Gaylard, directrice des politiques, Conseil canadien des normes de la radiotélévision : Certaines stations se consacrent aux actualités, mais je ne pourrais pas dire que nous recevons plus de plaintes à leur égard qu'à l'égard des stations de musique ou d'autres.

Le vice-président : Qu'arrive-t-il si le propriétaire d'un journal et le propriétaire d'une station de télévision réunissent leur salle de nouvelles, mais conservent des organisations, des entreprises distinctes? Il y a le journal et il y a la station de télévision, par exemple, ou un réseau. L'un peut-il porter plainte contre l'autre? Un journal peut-il déposer une plainte devant vous? Un journaliste peut-il déposer une plainte?

M. Cohen : Oui. Lorsque vous dites « journaliste », je présume, par la façon dont vous avez structuré votre question, que vous faites référence à un journaliste de la presse écrite.

Le vice-président : Oui, un journaliste de la presse écrite.

M. Cohen : Ceci est important. J'aimerais préciser que nous n'acceptons pas les plaintes faites par un diffuseur contre un autre. Toutefois, rien n'empêche un journaliste de la presse écrite de porter plainte contre un radiodiffuseur. Cette plainte serait recevable.

Le sénateur Mercer : J'ai une question en lien avec celle du vice-président.

Avez-vous reçu beaucoup de plaintes concernant le contenu rédactionnel, la similarité de contenu de certaines stations qui appartiennent à un seul propriétaire? Vous n'avez pas besoin d'aller bien loin d'ici pour trouver une station de musique rock, une station de musique country et une station AM à prépondérance verbale. On dénote une certaine tendance dans l'éditorial ou dans la façon dont les nouvelles sont présentées.

Recevez-vous beaucoup de plaintes à ce sujet? On peut parler de réchauffé dans ces stations, non seulement sur le plan de la musique, mais aussi des nouvelles et des éditoriaux.

Mr. Cohen: I thought you were going in one direction, and then it seemed as though you might be going in another.

Let me see if I understand you correctly. There are stations and hosts with a point of view that has a bias. The bias cannot be reflected in the news, but when you refer to editorials, editorial content, by its nature, is biased. It is rare that editorial content is not biased and does not have a point of view. That is not a problem to us at all. We have rendered decisions in which we have distinguished the nature of hosting on talk shows by saying that there are talk shows of different kinds, including what we have said is the traffic-cop approach to callers, where there is absolutely no bias indicated on the part of the host. Then there are programs in which the host tends to be something of a catalyst, with a point of view and a bias. That is okay from our point of view. In fact, it frequently generates opposing perspectives and you develop some balance in the programming on that basis.

As long as it is distinguished from the news, Senator Mercer, it is okay.

Senator Mercer: I understand that and I understand that sometimes it is done to generate controversy, and listeners and advertising dollars to go along with that. I appreciate that. However, there are stations — and again, I go back to a local one — where those people giving editorial comments sometimes also make reference to the news, to news articles, and put their slant on it. Do you get complaints about that?

Mr. Cohen: Sure, absolutely.

Senator Mercer: I may complain myself tomorrow.

Mr. Cohen: You are entitled, senator. We will receive your complaint with grace and in recognition of its importance. We do receive such complaints in what we have called informal discourse in our annual report. That is where that kind of comment will be reflected. We get a lot of complaints about talk-show type content.

Senator Munson: How will you deal with cross-media complaints if you do not deal with newspapers? For example, complaints about newspapers go to press councils. With this cross-media ownership business, complaints are coming in and it is almost one and the same, is it not?

Mr. Cohen: Not from our point of view. We do not entertain complaints about newspapers now. We will not entertain complaints about newspapers in the future. Our responsibility is strictly limited to the broadcasters. If a newspaper were doing something, let us say, that might be inappropriate, that just simply would not fall within our sphere of responsibility. We can only deal with the broadcaster side of this.

Senator Munson: Is it when the broadcaster echoes the sentiments of the newspaper that you come into it, if it is the same story that there is a complaint about?

M. Cohen : Je croyais d'abord que vous alliez dans une direction, mais vous semblez plutôt aller dans une autre.

Voyons si je vous comprends bien. Certaines stations et certains animateurs ont des points de vue subjectifs. Ces points de vue ne peuvent transpirer dans les nouvelles, mais un éditorial, un contenu rédactionnel, est, par nature, subjectif. Il est rare qu'un contenu rédactionnel ne soit pas subjectif et ne présente pas une certaine prise de position. Ce n'est pas du tout un problème pour nous. Nous avons rendu des décisions où nous avons établi des différences dans l'animation des émissions-débats, en disant qu'il y en avait différents types. Il y a ce que nous avons appelé l'approche du policier de la circulation, où l'animateur ne transmet aucunement son point de vue. Puis il y a les émissions où l'animateur joue un rôle de catalyseur et présente son opinion et une certaine subjectivité, ce qui est acceptable, à notre avis. En fait, ce type d'émission permet souvent d'exprimer des points de vue opposés, et on atteint un certain équilibre dans la programmation en fonction de cela.

C'est acceptable, monsieur le sénateur, pourvu que l'on fasse une distinction entre ces émissions et les nouvelles.

Le sénateur Mercer : Je comprends cela et je comprends qu'on le fait parfois pour soulever la controverse, et qu'on attire ainsi des auditeurs et l'argent des commanditaires. Je comprends cela. Toutefois, dans certaines stations — et je pense encore une fois à une station locale —, les personnes qui présentent des éditoriaux font parfois référence à l'actualité en y ajoutant leur point de vue. Recevez-vous des plaintes à ce sujet?

M. Cohen : Bien sûr.

Le sénateur Mercer : Je pourrais moi-même porter plainte demain.

M. Cohen : Vous en avez le droit, sénateur. Nous allons recevoir votre plainte de bonne grâce et reconnaître toute son importance. Nous recevons des plaintes sur ce que nous appelons, dans notre rapport annuel, des conversations officieuses. Ce type de commentaire entrerait dans cette catégorie. Nous recevons beaucoup de plaintes sur le contenu des émissions-débats.

Le sénateur Munson : Comment allez-vous traiter des plaintes concernant la propriété mixte des médias si vous ne vous occupez pas des journaux? Par exemple, les plaintes concernant les journaux sont adressées aux conseils de presse. Avec la propriété croisée des médias, des plaintes sont déposées, mais c'est pratiquement les mêmes, n'est-ce pas?

M. Cohen : Pas de notre point de vue. Nous ne traitons pas des plaintes concernant les journaux à l'heure actuelle, et nous ne le ferons pas dans l'avenir. Notre responsabilité est limitée aux radiodiffuseurs. Si un journal faisait quelque chose d'incorrect, ce ne serait tout simplement pas dans notre champ de compétence. Nous nous occupons seulement de ce que font les radiodiffuseurs.

Le sénateur Munson : Est-ce que vous intervenez lorsque le radiodiffuseur se fait l'écho du journal, si c'est la même histoire qui fait l'objet d'une plainte?

Mr. Cohen: If there were a complaint we would look into it, but from the broadcaster perspective. We would not be considering the newspaper angle on an issue that seemed to involve both a broadcaster and a newspaper.

Senator Munson: I love broadcasting. I did it for 35 years. I could go on all night, but I respect my chair. That is enough.

The Deputy Chairman: I would now like to welcome Ms. Miljan, professor in the Department of Political Science at the University of Windsor, where she specializes in politics and the media. She is also a senior fellow at the Fraser Institute. Along with Barry Cooper, who could not be here today, she is the author of a paper for the Fraser Institute called *The Canadian "Garrison Mentality" and Anti-Americanism at the CBC*.

Welcome to the committee. You are invited to make introductory remarks of 10 minutes or so. After that, we will get into a round table discussion and have questions and answers.

Lydia Miljan, Professor, Political Science, University of Windsor, as an individual: Thank you for inviting me and my colleague, Barry Cooper, to give some of our thoughts about this important issue. Unfortunately, Dr. Cooper is unable to make it today. He had a conflict. He was asked to see Justice Gomery in Edmonton today and could not be in two places at the same time. He sends his regrets. He was looking forward to this.

We have a very simple thesis. It is different from what you have been hearing in previous testimony.

The benefit of coming at the end is you get to read about what happened before.

We noticed typically that academics have been complaining about cross-media ownership, concentration of ownership and things like that. Our thesis is different. We are not quite as concerned about media ownership as we are about journalists, because for us, when it comes to the news product, journalists matter. We think journalists matter more than owners and more than other issues.

This is controversial because many people argue that if you work for a certain news organization, you have to provide that spin. We have looked at this issue. I understand we are on TV, so I can plug my book.

In my book, *Hidden Agendas*, we interviewed journalists and asked them what they thought about certain issues. We asked them whom they voted for; what they thought about economic, social and national unity issues; and what they thought about the culture of the newsroom.

M. Cohen : S'il y a une plainte, nous l'examinerons, mais seulement du point de vue du radiodiffuseur. Nous ne tiendrons pas compte du point de vue du journal sur une question qui semblerait concerner à la fois un radiodiffuseur et un journal.

Le sénateur Munson : J'adore la radiodiffusion. J'ai travaillé dans ce domaine pendant 35 ans. Je pourrais continuer toute la nuit, mais je respecte la présidence. C'est assez.

Le vice-président : J'aimerais maintenant souhaiter la bienvenue à Mme Miljan, professeure du Département de science politique à l'Université de Windsor, où elle se spécialise dans le domaine de la politique et des médias. Elle est également agrégée supérieure de recherche à l'Institut Fraser. En collaboration avec Barry Cooper, qui ne peut pas être ici aujourd'hui, elle a rédigé un ouvrage pour l'Institut Fraser intitulé *The Canadian "Garrison Mentality" and Anti-Americanism at the CBC*.

Bienvenue au comité. Nous vous invitons à présenter une déclaration préliminaire d'une dizaine de minutes. Par la suite, nous entamerons une discussion en table ronde et nous vous poserons des questions.

Lydia Miljan, professeure, Sciences politiques, Université de Windsor, à titre personnel : Merci de m'avoir invitée ainsi que mon collègue, Barry Cooper, à vous faire part de certaines de nos réflexions sur ce sujet important. Malheureusement, M. Cooper avait un conflit d'horaire et ne pouvait pas être ici aujourd'hui. On lui a demandé de rencontrer le juge Gomery à Edmonton et il ne pouvait pas être à deux endroits en même temps. Il vous prie de l'excuser. Il avait hâte de vous rencontrer.

Notre thèse est très simple. Elle est différente de ce que vous avez entendu dans le témoignage précédent.

L'avantage d'être le dernier témoin, c'est que vous pouvez lire ce qui s'est passé auparavant.

Nous avons remarqué qu'en général, les théoriciens se plaignent de la propriété croisée des médias, de la concentration de la presse, et cetera. Notre thèse est différente. Nous nous préoccupons moins de la propriété des médias que des journalistes eux-mêmes parce que, selon nous, ce sont les journalistes qui comptent dans les nouvelles. Nous croyons que les journalistes ont plus d'importance à cet égard que les propriétaires et d'autres aspects.

Ce sujet est controversé parce que beaucoup de personnes prétendent que si vous travaillez pour un certain média d'information, vous devez fournir une information tendancieuse. Nous avons examiné cette question. Je crois comprendre que nous sommes à la télévision, alors je peux faire un peu de publicité pour mon livre.

Dans mon livre, intitulé *Hidden Agendas*, nous avons interviewé des journalistes et leur avons demandé ce qu'ils pensaient de certains sujets. Nous leur avons demandé de nous dire pour qui ils avaient voté, ce qu'ils pensaient des enjeux socioéconomiques et de l'unité nationale, et ce qu'ils pensaient de la culture de la salle de nouvelles.

We found, for the most part, that journalists are not particularly different from the rest of Canadians. I think you have heard this testimony before. Other studies have indicated that they vote along the same lines.

I am not convinced that voting is the best measure for talking about ideological bias, especially with our Canadian party system. Most everyone tends to vote for the Liberals, but that does not necessarily tell you where they stand on the political spectrum. We looked at issue-oriented questions.

We find they say yes to some questions regarding economic issues. For example, the capitalist system is the best way to provide for the well-being of all Canadians. On the other hand, they say that they thought communism was a good idea at the time, but was spoiled by bad management. They are ambivalent.

When we do an index of these issues, we find that journalists tend to be somewhat left of centre on economics. They are in favour of state intervention in the economy, for example, more than non-regulation or deregulation or privatization. With regard to social issues, when you ask them about abortion, same-sex marriage or environmentalism, they tend to lead public opinion.

What is interesting is that we did not just ask journalists these questions. We compared journalists with the general population. We asked both the general public and the journalists the same questions at the same time. We found that on social issues, journalists were leading the agenda. They were sympathetic towards same-sex marriage and gay rights, so it is not surprising these ideas are being promoted in news coverage.

While other people are saying that we have to be worried about the owners, when we asked questions such as whether they had ever felt a story of theirs had been pulled or spiked by the owner because of an ideological bias, overwhelmingly, they said no.

We find it interesting when we ask journalists where they think they stand politically as compared to their managers or owners. All journalists seem to think that their managers are to the right of them. If they said they were extreme left-wing, they thought their manager was left-wing. It was an interesting trend that journalists seemed to think they were in the trenches and different from management; management is always to the right, even if just slightly so.

Although they perceived a difference of opinion, journalists overwhelmingly did not think their views were being squelched. They perceived that their managers were different from them, but they never thought their stories had been pulled because of these ideological differences.

I will not say that owners do not have any influence. I think they do. I do not think their influence is on the day-to-day reporting practices because that would be a complex undertaking.

Nous avons constaté que, dans la plupart des cas, les journalistes ne sont pas bien différents du reste des Canadiens. Je crois que vous avez entendu cette affirmation auparavant. D'autres études ont montré qu'ils votent de la même façon.

Je ne suis pas convaincue que le vote est ce qui traduit le mieux les tendances idéologiques, surtout avec le régime des partis que nous avons au Canada. La plupart des gens ont tendance à voter pour les libéraux, mais cela ne vous dit pas nécessairement où ils se situent dans le spectre politique. Nous avons posé des questions sur différents enjeux.

Nous constatons que les journalistes répondent par l'affirmative à certaines questions sur des enjeux économiques. Par exemple, le système capitaliste constitue le meilleur moyen d'assurer le bien-être de tous les Canadiens. Par contre, ils disent avoir cru que le communisme était une bonne idée à l'époque, mais qu'elle a été gâchée par une mauvaise gestion. Ils sont ambivalents.

Si nous dressons un index de ces enjeux, nous constatons que les journalistes se situent au centre gauche sur les questions économiques. Ils préfèrent l'intervention de l'État dans l'économie à la non-réglementation, la déréglementation ou la privatisation. Concernant les questions sociales, lorsqu'on leur demande leur opinion sur l'avortement, le mariage gai ou l'environnement, ils ont tendance à guider l'opinion publique.

Ce qui est intéressant, c'est que nous n'avons pas seulement posé des questions aux journalistes. Nous avons comparé les journalistes à la population en général. Nous avons posé les mêmes questions, en même temps, au grand public et aux journalistes. Nous avons constaté qu'en matière sociale, les journalistes étaient à l'avant-garde. Ils étaient sympathiques au mariage entre conjoints de même sexe et aux droits des homosexuels, alors il n'est pas surprenant que les médias fassent la promotion de ces idées.

Bien que d'autres intervenants disent qu'il faut se préoccuper de la propriété des médias, lorsque nous demandons aux journalistes s'ils ont déjà eu l'impression qu'un de leurs reportages avait été retiré ou censuré par le propriétaire pour des raisons d'idéologie, massivement, ils ont dit non.

Chose intéressante, lorsque nous demandons aux journalistes où ils se situent politiquement en comparaison avec leurs gestionnaires ou le propriétaire du média, tous semblent croire que leurs gestionnaires se situent plus à droite qu'eux. Lorsqu'ils se disent d'extrême gauche, ils croient que leurs gestionnaires sont de gauche. C'était intéressant d'observer cette tendance qu'ont les journalistes de croire qu'ils sont différents de leurs gestionnaires; ces derniers sont toujours à droite, ne serait-ce qu'un peu.

Bien qu'ils perçoivent une différence d'opinion, la grande majorité des journalistes ne croient pas qu'on leur impose le bâillon. Ils sentent que leurs gestionnaires sont différents d'eux, mais ils n'ont jamais cru que leurs articles avaient déjà été retirés en raison de ces différences idéologiques.

Je n'irai pas jusqu'à dire que les propriétaires n'ont pas d'influence. Je crois qu'ils en ont. Toutefois, je ne crois pas qu'ils exercent leur influence dans les pratiques quotidiennes du

How could you be an owner of a huge corporation and sit by the shoulder of every single journalist, overseeing what they intend to write or whom they plan to phone?

There is a lot of flexibility for journalists. They get to choose the sources they go to, and there is a lot of selection in that respect.

Ironically, however, we found that there are influences, and those are in the hiring practices in newsrooms; and the hiring practices seem to be more biased at CBC than in the private sector.

If you separate CBC journalists from private sector journalists, they tend to be more left of centre on social and economic issues than the private sector.

The Deputy Chairman: Is that a big surprise?

Ms. Miljan: We document it, and that is what is different.

It raised the question: Does that mean the private sector is right of centre? It does not mean that. They had more diversity in their hiring practices. They had people on the left, people on the right, and people in the middle. The private sector seemed to have a more balanced newsroom in terms of hiring than CBC.

Speaking of CBC, I note that a lot of the testimony you heard in this committee was prior to the lockout of the CBC employees. It is important to address that issue. We need to talk about what people missed during the lockout.

I think we still received a Canadian perspective on international news. That was one of the original reasons for the CBC; we needed Canadian voices. During the last eight weeks we still had Canadian voices, but they were provided by other broadcasters. We still had coverage of major domestic issues. My colleague would argue that the country did not fall apart just because we did not have the CBC providing the news during that time.

What we did lack, and I will be the first to admit this, is a full 24-hour news service because CBC's Newsworld was also locked out. That could not be provided by CTV because their organization is a headline service. They are not allowed to provide full coverage. My colleague, Barry Cooper, liked the BBC service. He was becoming interested in hearing their perspective on the world.

As for myself, I am a Canadianist. That is what I study, and I did want more Canadian news. I missed programs such as *Don Newman's Politics* as well as *The House* on CBC Radio.

reportage parce que ce serait très complexe. Comment pouvez-vous être propriétaire d'une immense entreprise et surveiller constamment chaque journaliste pour voir ce qu'il a l'intention d'écrire ou quelle personne il a l'intention d'appeler?

Les journalistes ont une grande marge de manœuvre. Ils choisissent eux-mêmes les sources qu'ils consultent, et le choix est grand.

Toutefois, nous avons constaté que des influences sont exercées, plus précisément pour l'embauche dans la salle de nouvelles; et les pratiques d'embauche semblent être plus tendancieuses à CBC/Radio-Canada que dans le secteur privé.

En fait, les journalistes de CBC/Radio-Canada semblent plus au centre gauche sur les questions socioéconomiques que les journalistes du secteur privé.

Le vice-président : Est-ce très surprenant?

Mme Miljan : Nous l'avons documenté, et c'est ce qui est différent.

Est-ce que cela signifie que le secteur privé est de centre droite? Non. Les pratiques d'embauche y sont plus diversifiées. On trouve des gens à gauche, des gens à droite et des gens au centre. Par rapport à CBC/Radio-Canada, le secteur privé semble avoir un meilleur équilibre en ce qui a trait à l'embauche dans la salle de nouvelles.

Parlant de la société d'État, je remarque qu'un grand nombre des témoignages que vous avez entendus ont eu lieu avant le lockout des employés de CBC/Radio-Canada. Il est important d'examiner cette question. Nous devons parler de ce que les gens ont manqué durant le lockout.

Je pense que nous avons toujours droit à un point de vue canadien sur les nouvelles internationales. C'est d'ailleurs la raison pour laquelle CBC/Radio-Canada a été créée au départ; nous avions besoin de voix canadiennes. Au cours des huit dernières semaines, nous avons tout de même entendu des voix canadiennes, mais elles nous provenaient d'autres diffuseurs. Nous n'avons eu droit à des reportages sur les grands dossiers nationaux. Mon collègue vous dirait que le pays ne s'est pas effondré simplement parce que nous étions privés des nouvelles de la société d'État pendant cette période.

Ce qui nous a manqué, et je suis la première à l'admettre, c'est un service d'information continue parce que la chaîne Newsworld de la CBC a également été touchée par le lockout. CTV n'a pas pu prendre le relais parce que ce réseau doit se limiter à un service de manchettes. CTV ne peut pas offrir de l'information continue. Mon collègue, Barry Cooper, a pu apprécier la programmation de la BBC. Il a commencé à s'intéresser à leurs points de vue sur le monde.

Pour ma part, je suis une spécialiste de la question canadienne. C'est mon champ d'études et il est bien certain que j'aurais voulu davantage d'information canadienne. J'ai été désolée de perdre des émissions comme *Don Newman's Politics* ainsi que *The House* à la radio de la CBC.

The question I continue to ask myself is: Do we need a CBC? Do we need a public broadcaster to provide these services?

From the studies I have done on CBC content, I find that the problem lies in the regulatory stance of the CRTC. It is not that private broadcasters have not asked for 24-hour full-service news channels; it is that the CRTC has not provided that. They have said no.

The reason is that there is a bias in the Broadcast Act that favours the CBC. It states that the CBC is there for national unity issues and the public broadcaster will have preferential treatment. The CRTC's ruling is that it will not go head-to-head with a private broadcaster. That is problematic.

Other countries have more diversity in their 24-hour news channels. If you look south of the border, they have at least three 24-hour news channels that are full service and provide broadcasts on a variety of issues.

What is frustrating from a viewer's perspective is that often, CTV has been better at providing live coverage of events. If you think back to the Conservative leadership debates, during that time, CBC's Newsworld was showing reruns of the *Antiques Road Show* while CTV was providing programming on the debates.

If we have a 24-hour news channel that is supposed to be providing full service, why is the CBC not doing that? Why are they showing us this canned programming?

There are other shows on CTV that are also very good. Mike Duffy's program is consistently getting complaints from the CBC that it is a full-service show and not a headline service. He is always being hammered for that, but it is a good-quality political show that could go head-to-head with any program on CBC.

We learned a couple of important lessons about journalists during the lockout. The Canadian Media Guild actually agrees with us. They stated in their own advertising that CBC journalists matter. They have a perspective that, if silenced, is detrimental to the fabric of Canada.

I remember seeing ads during the lockout in *The Globe and Mail* and other newspapers. One of them had a picture of Anna Maria Tremonti saying, "They can silence me but they cannot silence you." This is a clear indication that even the Canadian Media Guild recognizes that on-air hosts have a perspective. If they deny it, it means that these people are interchangeable. That is exactly what the Canadian Media Guild fought against in their dispute and, incidentally, won.

Je me pose sans cesse la même question : Avons-nous besoin de CBC/Radio-Canada? Avons-nous besoin d'un diffuseur public pour offrir ces services?

À la lumière des études que j'ai réalisées sur le contenu présenté à la CBC, je constate que le problème vient de la position réglementaire du CRTC. Les diffuseurs privés ont bel et bien demandé de pouvoir offrir des services d'information continue; c'est le CRTC qui a refusé.

Cela s'explique par la Loi canadienne sur la radiodiffusion qui favorise CBC/Radio-Canada. On y stipule que la société d'État a un rôle à jouer dans les dossiers touchant l'unité nationale et qu'elle doit donc profiter d'un traitement préférentiel. Le CRTC a jugé qu'il ne devait pas y avoir concurrence directe avec un diffuseur privé. C'est ce qui pose problème.

D'autres pays offrent une plus grande diversité quant aux chaînes d'information continue. Si on pense à nos voisins du Sud, il y a au moins trois chaînes offrant un service complet d'information et des reportages sur différents dossiers.

Ce qui est un peu frustrant pour les téléspectateurs, c'est qu'il arrive souvent que CTV assure une meilleure couverture en direct des événements. Rappelez-vous des débats dans le cadre de la campagne à la direction du Parti conservateur. Pendant que la chaîne Newsworld de la CBC présentait des reprises de l'émission *Antiques Road Show*, CTV diffusait des reportages sur les débats.

Si nous avons une chaîne d'information continue qui est censée offrir un service complet, pourquoi CBC/Radio-Canada ne le fait-elle pas? Pourquoi présente-t-on ces rediffusions?

Il y a d'autres émissions diffusées sur CTV qui sont également excellentes. Celle de Mike Duffy fait constamment l'objet de plaintes de la part de la CBC qui fait valoir qu'il offre un service complet d'information, plutôt qu'un service de manchettes. On ne cesse de le critiquer à ce sujet, mais il présente une émission politique de bonne qualité qui pourrait faire concurrence à n'importe quelle émission de la CBC.

Nous avons appris une ou deux choses importantes au sujet des journalistes pendant le lockout. En fait, la Guilde canadienne des médias est d'accord avec nous. Dans sa publicité, elle faisait valoir que les journalistes de CBC/Radio-Canada ont un rôle à jouer. La trame sociale canadienne pourrait en souffrir si on ne leur permettait pas d'exprimer leurs points de vue particuliers.

Je me souviens d'annonces publiées dans le *Globe and Mail* et dans d'autres journaux durant le lockout. L'une d'elles présentait une photo d'Anna Maria Tremonti avec comme légende : « Ils ont pu me réduire au silence, mais vous avez toujours votre mot à dire. » Cela démontre clairement que même la Guilde canadienne des médias reconnaît que les présentateurs des émissions ont leurs points de vue bien à eux. Si on prétendait le contraire, cela signifierait que ces personnes sont interchangeables. C'est exactement la position contre laquelle s'est élevée la Guilde canadienne des médias dans ce différend dont, soit dit en passant, le syndicat est sorti gagnant.

The other thing we must remember is that every human endeavour has a network. This underlines the complaints about corporate ownership and these huge networks being involved in a conspiracy. The same goes for journalists.

I was struck when I heard the speeches when the CBC was returning to work. On October 11, for example, Arnold Amber, who was the chief union negotiator and is also a producer of live events for CBC television news, said, "Let's get up there and show them what it's all about. Let's get back; let's retake the CBC and make it what it can be, a great public broadcaster for all Canadians," which is a laudable statement. However, he then added that people should remember two things; one, to never forget that they are the CBC, and second, that they had found out during the last eight weeks that they are also the CMG, a union.

This gives us a sense that journalists do have their own networks, and a huge organization that is publicly funded is saying that the people there are not just CBC employees, they are also members of a union, which implies a bias, whether you agree with it or not.

The problem I have been seeing over the years of studying the CBC, comparing it to CTV, is that CBC does tend to have a bias. Repeated studies show that they tend to favour state intervention in the economy; they tend to favour, in the way the stories are constructed, liberalization of social mores and increased government regulations. These are all valid positions, and it is not a problem for a private broadcaster to provide only one side of the story. The problem for many people, including me, is that the CBC is not a private organization. It is taxpayer funded and, more importantly, mandated by the Broadcasting Act to reflect Canada to Canadians. It cannot simply reflect one set of Canadian ideas, values and aspirations.

The problem is that taxpayers who do not share these values have to get some value for their tax dollars. Numerous individuals have complained to me that they are often offended by the one-sided nature of CBC.

I am the first to admit that the CBC is a wonderful service. It has high-quality programming and, at least on radio, it is commercial free. During the lockout I missed having commercial-free service, but I did not miss the one-sidedness or the snide remarks with respect to certain perspectives.

We must remember that the CBC is a great service that provides high-calibre broadcasting, but to the elite of this country.

Il faut également ne pas oublier que chaque activité humaine s'inscrit dans son propre réseau. Cette réalité est à la base des plaintes concernant la propriété des médias et ces grands réseaux qui seraient coupables de conspiration. Il en va de même pour les journalistes.

J'ai été étonnée d'entendre les déclarations qui ont été faites lorsque les employés de la société d'État ont repris le travail. Le 11 octobre, par exemple, Arnold Amber, qui était le principal négociateur syndical en plus d'être producteur d'émissions en direct pour le service d'information télévisée de la CBC, a déclaré : « Allons-y et montrons-leur de quoi il s'agit exactement. Reprenons le travail et faisons de CBC/Radio-Canada ce qu'elle peut être vraiment, un grand diffuseur public pour tous les Canadiens ». Voilà une déclaration tout à fait louable. Cependant, il a également ajouté que les gens devraient se souvenir de deux choses : premièrement, qu'ils travaillent pour CBC/Radio-Canada; deuxièmement, qu'ils ont découvert au cours des huit semaines précédentes qu'ils appartenaient également à un syndicat, la Guilde canadienne des médias.

Indication nette que les journalistes ont leurs propres réseaux au sein d'une organisation dotée d'un financement public, voire qu'on nous dit qu'il ne s'agit pas seulement d'employés de CBC/Radio-Canada, mais aussi de membres d'un syndicat, ce qui laisse entendre un parti pris, que vous soyez d'accord ou non.

Mes années d'études comparatives de la CBC et de CTV m'ont permis de constater qu'il y avait généralement un parti pris à la CBC. De nombreuses études ont révélé que ce réseau avait tendance à préconiser l'intervention de l'État dans l'économie et à promouvoir, de par la construction même de ses reportages, la libéralisation des mœurs sociales et une réglementation gouvernementale accrue. Tous ces points de vue sont défendables, et un diffuseur privé peut très bien faire valoir un seul aspect de la question. Le problème pour bien des gens, et je m'inclus dans ce nombre, c'est que CBC/Radio-Canada n'est pas une organisation privée. Elle vit de l'argent des contribuables et, plus important encore, elle est mandatée par la Loi canadienne sur la radiodiffusion pour présenter aux Canadiens un reflet fidèle de ce qu'est leur pays. Elle ne peut donc pas se contenter de présenter un seul aspect des idées, des valeurs et des aspirations canadiennes.

Le problème c'est que les contribuables qui ne partagent pas ces points de vue n'en ont vraiment pas pour leur argent. De nombreuses personnes m'ont dit qu'elles étaient souvent choquées par cette perspective unilatérale de la société d'État.

Je suis la première à admettre que CBC/Radio-Canada offre un service extraordinaire. Elle diffuse des émissions de très grande qualité et ce, du moins à la radio, sans aucune publicité. Cette programmation exempte de publicité m'a manqué durant le lockout, mais j'ai très bien pu me passer de la partialité et des remarques narquoises qu'on peut entendre relativement à certains points de vue.

Nous ne devons pas oublier que CBC/Radio-Canada est un diffuseur de premier plan dont les services de grande qualité s'adressent à l'élite de notre pays.

If we are to continue with a taxpayer-funded broadcaster, we should try to have it live up to its mandate. It should provide Canadians' views in a balanced manner rather than just giving one side.

I will not go into a lot of detail on the next problem, but it does irk me as someone who lived most of my life in Western Canada. The news should not only be from Toronto or Ontario. We should hear from other Canadians, and not just on the quaint stories. It is tiresome for those who live in Alberta to hear stories about cowboys on the Prairies or the Stampede. That does not qualify as legitimate coverage of a region. It is important to hear the policy ideas, to hear what they are doing in Alberta that is resulting in a booming economy. It is just oil or is it some kind of public policy mix?

When I lived in Vancouver, I found it frustrating that the only time we heard about B.C. politics was when someone was doing something outrageous. It was never about positive initiatives or public policy ideas. In contrast, the news coming from Ontario and Toronto tends to be preaching to the rest of the provinces, which can be insulting when there are many great ideas out there.

Yesterday, Carole Taylor wrote in *The Globe and Mail*:

It's hard for a new Canadian living near the Punjabi Market in Vancouver to relate to a national broadcast centre in Toronto, introduced by a shot of that same city, night after night. Is this really *The National*? No, it is not.

We are not, in any important way, hearing the voices of Canada.

That is a strong statement.

I recommend that we allow private broadcasters to provide the programming that they think will serve the public good, without bias in favour of the CBC. In other words, Canadians should have choice in public broadcasting and in broadcasting generally.

Finally, CBC does not exist to provide the opposite of ideological balances from the private broadcasters. If they perceive that the private broadcasters are right of centre, they should not provide balance by staying left of centre. They need to provide balance in their own right and within their own newsrooms.

I would be happy to discuss this further or answer any questions you might have.

Si nous choisissons de maintenir cette formule de diffuseur financé à même les deniers publics, nous devrions faire le nécessaire pour assurer le respect de son mandat. Ce diffuseur devrait présenter une perspective équilibrée aux Canadiens, plutôt qu'un seul côté de la médaille.

Je ne veux pas trop m'attarder sur cet autre problème, mais il y a quelque chose qui contrarie la Canadienne en moi qui a vécu la plus grande partie de sa vie dans l'ouest du pays. Les nouvelles ne devraient pas provenir uniquement de Toronto ou de l'Ontario. Nous devrions entendre parler des autres Canadiens également, et pas seulement dans le cadre de reportages à caractère pittoresque. Pour les Albertains, il commence à être rasant de toujours entendre des histoires au sujet des cow-boys des Prairies ou du Stampede. On ne peut pas parler d'une couverture véritable de la réalité régionale. Il est important de connaître les idées qui circulent en Alberta, de savoir ce qu'on fait exactement pour que l'économie soit aussi florissante dans cette province. Est-ce seulement à cause du pétrole ou bien est-ce le fruit d'un ensemble de politiques publiques?

Lorsque je vivais à Vancouver, je trouvais frustrant qu'on entende parler de la vie politique en Colombie-Britannique uniquement lorsque quelqu'un faisait quelque chose d'épouvantable. Il n'était jamais question d'initiatives intéressantes ou de politiques publiques. À l'inverse, dans les reportages en provenance de l'Ontario et de Toronto, on avait tendance à faire la morale au reste des provinces, ce qui pouvait être insultant compte tenu de toutes les bonnes idées pouvant émaner de ces régions.

Hier, Carole Taylor écrivait ce qui suit dans le *Globe and Mail* :

Il est difficile pour un Néo-Canadien habitant près du Punjabi Market à Vancouver de se sentir concerné par un bulletin de nouvelles diffusé à partir de Toronto, avec comme introduction des images de cette ville, soir après soir. Peut-on vraiment appeler ça *The National*? Non, pas du tout.

Nous n'avons pas accès, de façon vraiment significative, au point de vue de tous les Canadiens.

C'est une déclaration qui en dit long.

Je recommande que l'on permette aux diffuseurs privés d'offrir la programmation qui, selon eux, répondra le mieux aux besoins du public, sans que CBC/Radio-Canada ne soit avantagée à cet égard. Autrement dit, les Canadiens et les Canadiennes devraient avoir le choix quant au diffuseur public et aux autres diffuseurs également.

Enfin, la société d'État n'est pas là pour faire office de contrepoids aux valeurs idéologiques des diffuseurs privés. Son rôle ne consiste pas à adopter une position de gauche pour assurer un juste équilibre lorsqu'elle estime que les diffuseurs privés sont à droite. On doit retrouver cet équilibre à l'intérieur même de son organisation et de ses salles de nouvelles.

Je suis maintenant à votre disposition pour poursuivre la discussion ou répondre à vos questions.

Senator Phalen: Welcome. Your paper on anti-Americanism at the CBC gives many statistics on the negative and positive comments regarding the U.S. in CBC news stories in 2002. Could you give us examples of what you consider a negative statement and a positive statement?

Ms. Miljan: We do any kind of content analysis by looking at every single statement. We identify the speaker and look at whether the statement is positive, negative or neutral toward the subject, which in this case would be the United States.

I believe that I have included several specific examples in the document of positive, negative and neutral. A positive statement would be, "The United States is our best friend and ally." We could clearly identify that as a positive statement. A neutral statement might be, "The Americans will go to NAFTA to discuss a trade dispute." That is just a statement of fact. A negative statement would be a reaction against something.

Senator Phalen: Would you consider that a negative statement?

Ms. Miljan: No, I said it was a neutral statement. The fact that they are going to NAFTA to talk about lumber, in and of itself is a neutral statement. If someone said, "The Americans are being bullies," of which we found a lot of instances, we would note that as a negative statement.

Senator Phalen: Have you done any research to determine whether other Canadian news outlets are presenting stories regarding the U.S. in a different manner? Is a CTV or a Global broadcast of a story like the softwood lumber dispute really different from that of the CBC?

Ms. Miljan: In this case we did not, and I would argue that they are probably very similar. I do not think that the CBC is particularly different on this account. The point, again, is that CBC needs to be held to a higher standard. Their job is not to give one side; their job is to give all sides because they are being paid by the taxpayer and the taxpayer needs their full service.

Senator Phalen: In your paper you state that Canadian nationalism is, in some unknown but significant proportion, equivalent to anti-Americanism. How do you reach a conclusion like that?

Ms. Miljan: When we researched the literature on Canadian nationalism and looked at how Canadians tend to identify themselves, we found a lot of support for that. Some theorists were saying that Canada and the United States were born enemies. A lot of our cultural identity goes back to the way the countries were founded. Canadians put up a lot of barriers to try

Le sénateur Phalen : Je vous souhaite la bienvenue. Dans votre document sur l'antiaméricanisme à CBC/Radio-Canada, vous présentez de nombreuses statistiques sur les commentaires négatifs et positifs concernant les États-Unis relevés dans les reportages d'information diffusés en 2002. Pouvez-vous nous donner des exemples de ce que vous considérez comme un commentaire négatif et un commentaire positif?

Mme Miljan : Lorsque nous procédons à une analyse de contenu, nous nous penchons sur toutes les observations qui sont formulées. Nous identifions l'intervenant et déterminons si sa déclaration est positive, négative ou neutre par rapport au sujet à l'étude, c'est-à-dire aux États-Unis dans le cas qui nous intéresse.

Je crois que mon document comporte plusieurs exemples de commentaires positifs, négatifs et neutres. Si un intervenant déclare : « Les États-Unis sont nos principaux amis et alliés. », ce serait un exemple de commentaire positif. Il est facile pour nous de catégoriser les affirmations de ce genre. Voici un exemple de déclaration neutre : « Les Américains s'adresseront aux instances de l'ALENA pour discuter du différend commercial. » C'est un simple énoncé des faits. Dans le cas d'un commentaire négatif, l'intervenant réagit contre quelque chose.

Le sénateur Phalen : Considérez-vous que c'est un commentaire négatif?

Mme Miljan : Non, j'ai dit que c'était neutre. Le fait que l'on dise que les États-Unis s'adressent à l'ALENA pour parler du bois d'œuvre constitue en soi une déclaration neutre. Si quelqu'un avait dit : « Les Américains se comportent comme des brutes », une déclaration que nous avons relevée à maintes reprises, nous indiquerions qu'il s'agit d'un commentaire négatif.

Le sénateur Phalen : Avez-vous fait des recherches pour déterminer si les autres services de nouvelles canadiens présentent les reportages concernant les États-Unis sous un angle différent? La couverture d'une nouvelle concernant le problème du bois d'œuvre par CTV ou Global est-elle vraiment différente de celle assurée par CBC/Radio-Canada?

Mme Miljan : Dans ce cas-ci, nous ne l'avons pas fait; je croisais toutefois que la couverture était probablement très semblable. Je ne pense pas que la CBC se distingue particulièrement à ce chapitre. Mais, je le répète, il faut imposer des normes plus élevées à notre société d'État. Les journalistes de CBC/Radio-Canada ne sont pas là pour présenter un seul côté de la médaille; ils doivent couvrir tous les aspects parce qu'ils sont payés par les contribuables et que ceux-ci ont droit à un service complet.

Le sénateur Phalen : Vous indiquez dans votre document que le nationalisme canadien peut, dans une mesure importante mais inconnue, être assimilable à de l'antiaméricanisme. Comment en arrivez-vous à une telle conclusion?

Mme Miljan : Dans le cadre de nos recherches sur le nationalisme canadien et la manière dont les Canadiens ont tendance à s'identifier, nous avons découvert de nombreuses indications en ce sens. Certains théoriciens ont dit que le Canada et les États-Unis étaient nés ennemis. Une grande partie de notre identité culturelle puise son origine dans la façon dont nos pays

to keep the Americans out, and broadcasting is probably the best example. The entire regulatory environment is built on the idea that we are afraid of American signals and need to protect ourselves from the encroaching American threat.

There are a lot of examples that we could use in that respect.

Senator Phalen: I take that another way. I guess I am a Canadian nationalist because I believe in my country and I believe that what we are doing is right. Am I anti-American?

Ms. Miljan: That would not be considered an anti-American statement because it reflects the positive values of Canada. We are saying that it is frustrating to see Canadians identify themselves in terms of a reaction against America rather than as a positive affirmation of who they are.

Senator Eyton: Professor, thank you for coming tonight. I take it from your remarks that you are, broadly speaking, in favour of public broadcasting but that you have some criticism about the way the CBC operates. Is that fair to say?

Ms. Miljan: This is where my colleague, Barry Cooper, and I disagree. He is probably more in favour of privatization than I am. However, I see a role for public broadcasters. I have traveled to places where it has worked fairly well and places where it has not worked well. I am a fan of it, but I think that is because I consider myself a member of an elite and I like very cerebral, boring radio. I do not like a lot of loud noise and commercials. However, whether the taxpayers should be subsidizing my preferences is another question.

Senator Eyton: You are in favour of good public broadcasting?

Ms. Miljan: Very much so.

Senator Eyton: Would you make a distinction between CBC television service and CBC radio service?

Ms. Miljan: If you are talking about ideological differences, in our survey we found that CBC radio was more to the left than television. Perhaps because there is more competition on a one-to-one basis, CBC television tended to be a little more balanced than CBC radio.

Senator Eyton: I may be aggravated by it, but I am particularly fond of CBC radio. I am a consistent listener to Andy Barrie, Michael Enright and all the others. I am aggravated half the time, but at the same time it is provocative. It seems to me that at least in the radio service, they provide programming that would not otherwise be available, and certainly I do not think is available in

respectifs ont vu le jour. Les Canadiens ont mis en place un grand nombre d'obstacles pour tenir les Américains à distance, et la radiodiffusion en est probablement le meilleur exemple. Tout l'environnement réglementaire s'appuie sur notre crainte des diffuseurs américains et la nécessité de nous protéger contre la menace américaine toujours envahissante.

Nous pourrions citer un grand nombre d'exemples à cet effet.

Le sénateur Phalen : Je vais aborder la question sous un autre angle. Je suppose que je suis un nationaliste canadien parce que je crois en mon pays et je crois que ce que nous faisons est bien. Est-ce que cela veut dire que je suis antiaméricain?

Mme Miljan : Ce ne serait pas considéré comme une déclaration antiaméricaine parce que ce n'est que le reflet de vos points de vue favorables au Canada. Nous disons simplement qu'il est dommage de voir les Canadiens s'identifier en fonction de leurs réactions face aux Américains, plutôt que d'une affirmation positive de leur véritable identité.

Le sénateur Eyton : Professeure, merci d'être des nôtres ce soir. Vos observations m'amènent à conclure que, d'une manière générale, vous êtes favorable à la présence d'un diffuseur publique, mais que vous avez certaines réserves quant au mode de fonctionnement de CBC/Radio-Canada. Est-ce que je me trompe?

Mme Miljan : C'est sur ce point que mon collègue, Barry Cooper, et moi-même divergeons d'opinion. Il est probablement davantage en faveur de la privatisation. Pour ma part, j'estime que les diffuseurs publics ont un rôle à jouer. J'ai visité des pays où cette formule a très bien fonctionné et d'autres où cela n'a pas donné de bons résultats. Je suis une consommatrice de ces services publics, mais je crois que c'est parce que je me considère comme faisant partie d'une certaine élite et que j'aime la radio très réfléchie et un peu ennuyante. Je n'apprécie pas qu'on me bombarde de musique tonitruante et d'annonces publicitaires. Il faut toutefois se demander si les contribuables doivent faire les frais de mes préférences.

Le sénateur Eyton : Vous êtes favorable à une programmation publique de qualité?

Mme Miljan : Absolument.

Le sénateur Eyton : Feriez-vous une distinction entre le service de télévision de CBC/Radio-Canada et son volet radiophonique?

Mme Miljan : Si vous parlez de différences idéologiques, notre enquête a révélé que la radio d'État était plus à gauche que la télévision. Peut-être parce qu'elle est davantage en concurrence directe. La télévision de CBC/Radio-Canada a tendance à adopter des positions plus neutres que la radio.

Le sénateur Eyton : Cela ne me plaît pas nécessairement toujours, mais j'apprécie tout particulièrement la radio de la CBC. J'écoute régulièrement Andy Barrie, Michael Enright et tous les autres. Je suis irrité la moitié du temps, mais c'est aussi provocateur. Selon moi, du moins pour ce qui est de la radio, la CBC offre une programmation qui ne serait pas accessible

the U.S. I spend a lot of time in the U.S. and I look often for good content, but it is hard to find.

Ms. Miljan: I am not here to defend American public radio, but now that I live in Windsor, I have the opportunity to hear National Public Radio. They also provide, if not the same, a much higher quality of service. I am not sure if that is because of their funding mix or the size of their market. The NPR has an exceptionally good service.

Senator Eyton: I will not argue. I have listened to it. That is the option I have in the U.S. when I am there.

Ms. Miljan: These are personal preferences.

Senator Eyton: To have the quality of Andy Barrie day after day would be unusual. I have never had that experience in the U.S.

Is there a role model for the CBC that you could identify?

Ms. Miljan: I have been monitoring the newspapers and people are bringing up the BBC as an option. I do not know if Canadians can use another country as a role model because we do have a unique set of circumstances. We have a large geography and not many people. To adopt an American or British model is difficult.

I do not necessarily have a problem with the way they structure their organization; I have a problem with hiring decisions. When I talk to CBC journalists, there is a real difference between the older ones and the younger ones. The younger ones say, "Yes, there is an ideological divide in our newsroom." The problem is that we have not hired that many people in recent years and so we have a stagnant population. Maybe when they retire there will be opportunities to revitalize the organization and have more diversity. That is where my complaint lies. There is a culture that you hire people who are like-minded, so they tend to be of all the same mind.

Senator Eyton: Would you comment on the recent lockout, the significance of that and its resolution? It seems there was more at issue in the lockout — the debate, the discussion and the settlement — than simply working conditions or normal management/labour issues. Did you see anything of that? Is there any special significance to the lockout and its resolution?

Ms. Miljan: My area is not labour law or contract negotiations. Speaking as a consumer of the news, it is hard to understand why a broadcaster would lock out their employees when there had not been any work stoppages or actions like that. It was a confusing scenario that caused a significant amount of frustration. I do not know specifically what you are asking me now.

autrement, et certainement pas en tout cas aux États-Unis. Je passe beaucoup de temps là-bas et il m'est souvent difficile de trouver du contenu intéressant.

Mme Miljan : Je ne suis pas ici pour défendre la radio publique américaine, mais maintenant que j'habite Windsor, j'ai la possibilité d'écouter leur radio d'État. Ils offrent également une programmation de qualité nettement supérieure, même si elle est différente. Je ne sais pas si cela est attribuable à leur mode de financement ou à la taille du marché. La radio publique américaine offre une excellente programmation.

Le sénateur Eyton : Je ne dirais pas le contraire. Je l'ai déjà écoutée. C'est l'option qui s'offre à moi quand je voyage là-bas.

Mme Miljan : C'est une question de préférences personnelles.

Le sénateur Eyton : Il est tout de même inhabituel d'avoir accès à la qualité qu'offre un Andy Barrie jour après jour. Je n'ai jamais trouvé l'équivalent aux États-Unis.

Y a-t-il un pays qui pourrait selon vous servir de modèle à CBC/Radio-Canada?

Mme Miljan : J'ai examiné de près les journaux et les gens parlent de la BBC comme une option possible. Je ne sais pas vraiment si un autre pays peut servir de modèle au Canada parce que nous avons ici des circonstances tout à fait uniques. Le Canada a une grande superficie et n'est pas très peuplé. Il serait difficile d'y adopter un modèle américain ou britannique.

Je n'en n'ai pas nécessairement contre la structure de l'organisation; ce sont les décisions d'embauche qui ne me plaisent pas. Lorsque je parle à des journalistes de la CBC, je constate une différence tangible entre les plus jeunes et les plus vieux. Les plus jeunes vont vous dire qu'il y a effectivement des divergences idéologiques dans la salle de nouvelles. Le problème vient de la stagnation de l'effectif en raison de l'embauche réduite au cours des récentes années. Peut-être quand les plus vieux prendront leur retraite sera-t-il possible de revitaliser l'organisation et de lui insuffler une plus grande diversité. C'est contre cela que j'en ai. L'organisation a tendance à embaucher des gens qui pensent tous de la même façon, ce qui fait qu'ils sont généralement tous du même avis.

Le sénateur Eyton : Pourriez-vous nous parler du récent lockout, de son importance et de son règlement? Il me semble que les enjeux de ce lockout — le débat, les discussions et le règlement — ne se limitaient pas aux simples conditions de travail ou aux divergences patronales syndicales habituelles. Avez-vous fait des constatations en ce sens? Voyez-vous une signification particulière au lockout et à son règlement?

Mme Miljan : Je ne suis pas une spécialiste du droit du travail ou des négociations collectives. En tant que consommatrice de nouvelles, je trouve difficile à comprendre les raisons pour lesquelles un diffuseur met en lockout ses employés sans qu'il y ait eu arrêt de travail ou autre action du genre. C'est une situation que les gens arrivaient mal à comprendre et qui a causé pas mal de frustrations. Je ne saisis pas exactement le sens de votre question.

Senator Eyton: I have not discussed this with anyone else, but I thought one of the great issues was the ability of CBC to hire private contractors and to get better diversity by going out and reaching into the community for people who are not regulars on the show. There was a compromise on that. They are freer now to do that.

Ms. Miljan: I have heard both sides of that. Whether it is a private contractor or a full-time employee, again, as a consumer that is not the part that matters. What matters is the diversity in the type of people presenting the news, however they go about doing that within the organization.

Senator Eyton: The freedom to do that surely is good for diversity; it means more and different people, does it not?

Ms. Miljan: I would imagine. Again, I do not wish to take a position. That is not my area at all. The mechanism is not the point.

Senator Mercer: I would assume that as a professor at the University of Windsor that you are a member of the faculty association.

Ms. Miljan: Yes, I am.

Senator Mercer: That faculty association is a union as those of us who have been union members would know it. I am somewhat concerned about the way you presented the CBC union. The speech given by the negotiator is typical of any union leader following an extended labour dispute, to say, "Let's get back to work, let's do a good job and remember we stuck together."

My father would describe your presentation tonight as a back-handed compliment to CBC. You have consistently told us that you like the CBC. You think it is important, but you think it is slanted and the employees are left-wing pinkos. I do not remember myself as a pinko, but I do consider myself a left-winger and I am proud of it.

I am amazed that anyone would think that the CBC, particularly CBC TV news, is biased toward the left. I would contend, and this may lead to the balance, that there is a leaning in CBC television newsrooms to the right, particularly from anchors such as Peter Mansbridge.

Ms. Miljan: Let me deal with the union issue first. Yes, I am a member of the faculty association. The point about unionism is that if you work for, say, Ford, Chrysler or any manufacturing company, being a member of the union has no effect on your job. Nobody asks you what your beliefs are or tells you how to think about an issue when you are working on the line.

On the other hand, unions do try to educate their membership, and I see it all the time. I get letters and publications from my union and from the broader university associations telling me their positions on specific issues. For broadcasters, that is

Le sénateur Eyton : Je n'ai pas eu de discussion à ce sujet, mais je croyais que l'un des principaux enjeux était la possibilité pour CBC/Radio-Canada de faire appel à des entrepreneurs privés et de s'assurer ainsi une plus grande diversité en recrutant au sein de la collectivité des gens qui ne participaient pas régulièrement à ses émissions. Il y a eu un compromis à ce sujet. Il est maintenant plus facile pour l'organisation d'emprunter cette avenue.

Mme Miljan : J'ai entendu le point de vue des deux camps. Que l'on fasse appel à un contractuel ou à un employé permanent, ce n'est pas ce qui intéresse le consommateur. Ce qui l'intéresse, c'est la diversité, le fait d'avoir des présentateurs différents, peu importe comment on s'y prend pour y arriver.

Le sénateur Eyton : Le fait qu'ils vont pouvoir embaucher des contractuels est sûrement une bonne chose. Cela veut dire qu'il va y avoir une plus grande diversité, n'est-ce pas?

Mme Miljan : J'imagine. Encore une fois, je ne veux pas me prononcer là-dessus, puisque cette question ne relève pas de ma compétence. Le problème se situe ailleurs.

Le sénateur Mercer : Comme vous occupez un poste d'enseignante à l'Université de Windsor, je présume que vous faites partie de l'association des professeurs.

Mme Miljan : Oui.

Le sénateur Mercer : Cette association est, en fait, un syndicat au sens où l'entendent ceux qui ont déjà fait partie d'un tel mouvement. Ce qui m'inquiète, c'est la façon dont vous avez présenté le syndicat de la CBC/Radio-Canada. Le discours donné par le négociateur ressemble à celui que donnerait n'importe quel dirigeant syndical après un long conflit : « Rentrons. Faisons bien notre travail, et n'oublions pas que nous sommes restés unis. »

Mon père qualifierait votre exposé de ce soir de compliment équivoque. Vous n'avez cessé de nous dire à quel point vous appréciez ce que fait la CBC/Radio-Canada. Vous dites que la société joue un rôle important, mais qu'elle est biaisée et que ses employés sont des gauchistes. Je ne suis pas un gauchiste. Je me considère toutefois comme un partisan de la gauche et j'en suis fier.

Je suis surpris de voir qu'on puisse penser que la CBC/Radio-Canada, et surtout le journal télévisé, penche vers la gauche. Je pense plutôt, et c'est ce qui permet d'établir un juste équilibre, que les services de nouvelles de la CBC/Radio-Canada, et notamment les présentateurs comme Peter Mansbridge, penchent plutôt vers la droite.

Mme Miljan : Concernant le syndicat, oui, je fais partie de l'association des professeurs. Que vous travailliez pour Ford, Chrysler ou n'importe quel autre fabricant d'automobiles, le fait d'être membre d'un syndicat n'a aucun impact sur votre emploi. Personne ne vous demande quelles sont vos croyances, et personne ne vous dit quelle position adopter quand vous faites du travail à la chaîne.

Par ailleurs, les syndicats essaient de bien informer leurs membres. Je reçois de mon syndicat et de diverses associations universitaires des lettres et des publications dans lesquelles ils exposent leur position dans certains dossiers. Dans le cas des

somewhat problematic. They are being fed the union position on issues as a captive audience. I am nervous when an executive producer at CBC says, "We are CBC, but we are also a union," because that implies that they will be presenting the union's perspective.

The Rabinovitch-Tremonti interview a couple of days ago clearly indicates that this issue is pretty raw. I think if you are locked out, you will be raw and cannot be dispassionate and objective in the coverage of a story. I have documented over time that when we are talking about labour issues, unionized shops tend to be much more sympathetic to labour's demands than to management's. That goes to the issue of balance. Can a union shop be balanced on labour issues? Can they be balanced on issues that the union is trying to put forward?

Senator Mercer: Following your logic, should media, in particular, public broadcasters, not be unionized?

Ms. Miljan: People have the right to collective bargaining. I am more concerned about closed shops. If they had open shops and competitive unionism, that might be a better option because you might have different ideas coming through.

The point is not that they should not be unionized. I think they have that right. The point is that we must be cautious. We cannot say on the one hand these corporations are bad because they all think the same way and are trying to force a perspective down people's throats, and then ignore the fact that the people who work for them have their own perspective and network. To say that the owners are biased in one way and to ignore that the employees might be also is a double standard.

Senator Mercer: I do not want to spend all of our time talking about the union. That is not the basis of our study. However, I did hear the interview between Anna Maria Tremonti and Rabinovitch. I thought it was, under the circumstances, a remarkable piece of journalism on both their parts. To have the head of the network interviewed by one of the leading people on the other side so soon after the events I thought was a remarkable piece of journalism that you would not see anywhere else. This was uniquely Canadian.

I compliment both of them, although I am not a big fan of at least one of them.

You have talked about the regionalism of CBC but I want to talk about the regions within the regions. I am from Nova Scotia. Our local morning show in Halifax, which covers all of mainland Nova Scotia, moves around the province day by day. There will be a report from Barrington Passage one day, another from Middleton the next, and from Pictou the following day, et cetera. They move it around the province and use local reporters, who are good or not so good, depending on what part of Nova Scotia they are from.

radiodiffuseurs, cela peut poser problème. Ils sont exposés, en tant qu'auditoire contraint, à la position du syndicat. Je suis nerveuse quand un chef de production de CBC/Radio-Canada dit, « Nous représentons CBC/Radio-Canada, mais nous représentons également le syndicat », parce que cela veut dire qu'ils vont présenter le point de vue du syndicat.

L'entrevue Rabinovitch-Tremonti qui a été diffusée récemment nous montre à quel point cette question est délicate. Quand vous êtes en lock-out, vous ne pouvez rapporter les faits de façon neutre et objective. J'ai constaté, au fil du temps, que lorsqu'on parle de questions touchant le travail, les ateliers syndiqués ont beaucoup plus tendance à appuyer les travailleurs que la direction. On revient ici à la question d'équilibre. Est-ce qu'un atelier syndical peut faire preuve d'impartialité quand il traite de questions touchant le travail? Peut-il faire preuve d'impartialité dans les dossiers qu'il défend?

Le sénateur Mercer : Dans le même ordre d'idées, les médias, en particulier les diffuseurs publics, ne devraient-ils pas avoir le droit de se syndiquer?

Mme Miljan : La négociation collective est un droit. Ce qui m'inquiète davantage, ce sont les ateliers fermés. Les ateliers ouverts et le syndicalisme compétitif favorisent l'échange d'idées.

La question n'est pas de savoir s'ils devraient ou non pouvoir se syndiquer, car je pense qu'ils ont le droit de l'être. Il faut toutefois faire preuve de prudence. Nous ne pouvons pas dire d'une part, que les grandes entreprises ont ceci de négatif qu'elles pensent toutes de la même façon et qu'elles essaient d'imposer leur point de vue et, d'autre part, de passer sous silence le fait que les employés de ces entreprises ont eux aussi un point de vue et un syndicat. Affirmer que les propriétaires sont biaisés et ne pas tenir compte du fait que les employés le sont peut-être aussi équivalait à adopter une attitude de deux poids deux mesures.

Le sénateur Mercer : Je ne veux pas que l'on passe tout notre temps à parler du syndicat. Là n'est pas l'objectif de notre étude. Toutefois, j'ai entendu l'entrevue entre Anna Maria Tremonti et Rabinovitch. J'ai pensé, dans les circonstances, que c'était de l'excellent journalisme. Voir le dirigeant du réseau être interviewé par un des principaux journalistes si peu de temps après les événements constituait, selon moi, un exploit remarquable qu'on ne verrait à nulle part ailleurs. C'était quelque chose de typiquement canadien.

Je les félicite tous les deux, même si je ne suis pas un grand admirateur d'au moins une de ces personnes.

Vous avez parlé du régionalisme de la CBC/Radio-Canada. Je veux vous parler des régions à l'intérieur des régions. Je viens de la Nouvelle-Écosse. L'émission locale du matin, à Halifax, qui couvre l'ensemble du territoire de la Nouvelle-Écosse, se déplace tous les jours d'un endroit à l'autre. Elle peut nous provenir de Barrington, un jour, de Middleton, le lendemain, de Pictou, le surlendemain, ainsi de suite. L'émission se déplace d'un endroit à l'autre et fait appel à des reporters locaux. Il y en a des bons et des mauvais, selon qu'ils viennent d'une région ou d'une autre de la Nouvelle-Écosse.

This is something that we need to remember about the CBC. Would you not agree that this is something that private broadcasters will never bring us because it is not economical for them; there is no money in it, and, because of the concentration of ownership, in many cases their news is not coming from the local broadcaster, but from some other place in the network?

Ms. Miljan: Are you referring to television or radio?

Senator Mercer: Radio.

Ms. Miljan: I have not listened to much Nova Scotia radio so I cannot answer that. However, having lived both in the West and in Southern Ontario, I listened to it happening in those areas. I agree with you, it is not necessarily the role of the private broadcaster to do that. The public broadcaster is especially mandated to do that and I do not think they do as good a job as they might in Nova Scotia. The rest of the country does not get that kind of service. In fact, one of the problems within CBC is that when they are reorganizing and restructuring, it seems to me that the first thing they gut is the regional services. They do not provide nearly enough regional services. We get a lot of material from Toronto and Ontario going out to everywhere else, but people in this area do not hear the voices of other Canadians and other regions.

Senator Mercer: On the gutting of regional services I do not disagree. We had that problem in Nova Scotia with the Sydney operation of CBC television. Everything seemed to come out of Halifax. Are you not referring mainly to television rather than radio?

Ms. Miljan: My focus tends to be more on television than on radio.

Senator Mercer: Windsor, where you live now, was one of the primary places affected by this.

Ms. Miljan: That is right; they lost their television station but now they have it back. On the television side, those local news programs attract hardly any viewers, and the private sector consistently outperforms them and has huge markets. Even on radio, the private broadcasters on AM radio tend to have a wider audience. In Windsor, we do not necessarily hear about what is happening in Toronto, but we certainly hear about what is happening in Windsor and Essex County. There is fairly good coverage in that region.

Senator Munson: First, I wish to put on the record that I think the CBC made a horrible mistake in gutting local programming across this country. All news is local. There are great programs in Atlantic Canada and out West. I was in the private sector for 35 years. That kind of competition on the local ground is great. Where do journalists go when they leave the schools? They cannot start at CBC Toronto, CBC Vancouver or CTV Toronto. I just want to share your feelings on Carole Taylor. I thought it was an excellent article and recommended reading on where the CBC should be more diverse, perhaps stop showing all those buildings

C'est quelque chose qu'il faut garder à l'esprit quand on parle de la CBC/Radio-Canada. N'est-il pas vrai que nous n'aurons jamais droit à ce genre de service de la part des diffuseurs privés, parce qu'ils jugent cette solution trop coûteuse et trop peu rentable, et parce que, en raison de la concentration de la propriété, les nouvelles, dans bien des cas, ne parviennent pas du diffuseur local, mais d'un autre endroit du réseau?

Mme Mijan : Parlez-vous de la télévision ou de la radio?

Le sénateur Mercer : De la radio.

Mme Mijan : Comme je n'écoute pas beaucoup la radio de la Nouvelle-Écosse, je ne peux répondre à la question. Toutefois, j'ai vécu dans l'ouest et dans le sud de l'Ontario, et j'ai entendu ce qui se faisait à la radio. Je suis d'accord avec vous. Ce rôle n'appartient pas nécessairement au radiodiffuseur privé. Le radiodiffuseur public a le mandat d'offrir ces services. À mon avis, il pourrait faire mieux en Nouvelle-Écosse. Les autres régions du pays n'ont pas accès au même genre de services. Le problème vient du fait que lorsque la CBC/Radio-Canada réorganise et restructure ses activités, elle élimine d'abord les services régionaux. Les régions sont plutôt mal desservies. Il y a beaucoup de nouvelles en provenance de Toronto ou de l'Ontario qui sont diffusées ailleurs. Toutefois, les habitants dans cette région-ci n'entendent pas la voie des autres Canadiens.

Le sénateur Mercer : Pour ce qui est de l'élimination des services régionaux, je suis d'accord avec vous. Le bureau de Sydney, en Nouvelle-Écosse, a été confronté au même problème. Tout semblait venir de Halifax. Vous faites surtout allusion à la télévision, n'est-ce pas?

Mme Mijan : Je m'intéresse beaucoup plus à la télévision qu'à la radio.

Le sénateur Mercer : Windsor, où vous habitez maintenant, a été l'un des principaux endroits touchés.

Mme Mijan : C'est exact. Ils ont perdu leur station de télévision, mais ils ont réussi à la récupérer. Côté télévision, les émissions de nouvelles locales attirent très peu de spectateurs. Le secteur privé se débrouille beaucoup mieux et détient une grande part du marché. Les diffuseurs privés qui émettent sur la bande AM ont un plus grand auditoire. À Windsor, nous n'entendons pas nécessairement parler de ce qui se passe à Toronto, mais nous sommes au courant de ce qui se passe à Windsor et dans le comté d'Essex. La couverture dans la région est relativement bonne.

Le sénateur Munson : D'abord, je tiens à dire que la CBC/Radio-Canada a commis une grave erreur quand elle a éliminé la programmation locale à l'échelle du pays. Toutes les nouvelles sont locales. Il y a des émissions fort intéressantes dans la région de l'Atlantique et dans l'Ouest. La concurrence à l'échelle locale est très vive. Où vont les journalistes quand ils obtiennent leur diplôme? Ils ne peuvent pas commencer à travailler pour la CBC à Toronto ou à Vancouver, ou encore pour le réseau CTV à Toronto. Pour ce qui est de Carole Taylor, je suis d'accord avec vous. Elle a rédigé un excellent article, que je recommande, sur les

in Toronto, do more things in the regions and get out there in programming.

As a person from the private broadcasting environment, I never went to work in the morning with a perceived bias. I went to work to do my job and try to seek balance. You talk about bias at the CBC. When a Paul Hunter walks into work in the morning, is he walking in with a left-wing bias? I would like to have some examples of this perceived left-wing bias that you talk about.

I watched last evening a brilliant report by a health reporter for the CBC on the pandemic. I did not see any bias there. I saw great journalism. The private broadcasters will play a role in giving Canadians information, but I do not believe that they will do that unless there is a healthy, vibrant CBC. I do not think they will pick it up and run with it unless there is someone to complete with.

Ms. Miljan: I have heard that argument before. I remember Lloyd Robertson telling me the same thing. He said "The CBC has a role because it keeps us doing our jobs better." That is an interesting perspective.

With respect to bias, it is usually in the eye of the beholder. You see a story, you like it — they are on my side — they are balanced; and if you hate the story they are biased. We try to approach this systematically and the first thing I will admit is that everyone has a bias. We can all strive to be objective. I strive to be objective in my own work, but I come to every question with a perspective — life history and so on. We argue that the same is true of journalists.

In the book we ask journalists a series of questions on economic issues. We asked them what they thought about the economy, the best way to solve economic problems, and we created an index and gave a statistical number to that. Then we looked at the content and how they covered unemployment issues. We did not just look at CBC, but also at CTV, *Le Devoir*, *Calgary Herald* and *The Globe and Mail*. We acknowledged that for the most part, the coverage will be neutral. It will be objective statements of fact, such as unemployment went up today X number of basis points. That is fine. Then we break it down and look at whether they talk about the solutions to the problem. Let us say the problem is unemployment. There are a lot of different ways to deal with unemployment. You could have increased government funding, which we would call state intervention or a left-of-centre perspective. You could say we need to lower taxes, which we would consider a right-of-centre or a market orientation. We categorized those in a left/right index and compared that to what the journalists had to say. That is where we found that CBC journalists were much more likely — not necessarily in their own words — to show bias in the sources that they selected. A journalist like Paul Hunter or yourself will be

mesures que devrait prendre la CBC/Radio-Canada pour diversifier sa couverture. On devrait peut-être cesser de montrer tous ces édifices à Toronto et mettre davantage l'accent sur les régions.

J'ai travaillé dans le milieu de radiodiffusion privée, et je n'entraînais pas au travail le matin avec des préjugés en tête. J'essayais de faire preuve d'impartialité. Vous dites que la CBC/Radio-Canada est biaisée. Quand Paul Hunter arrive au travail le matin, a-t-il en tête des idées de gauche? J'aimerais avoir quelques exemples de cette partialité apparente de gauche à laquelle vous faites allusion.

J'ai vu, hier soir, à la CBC/Radio-Canada un excellent reportage sur la pandémie. Il n'y avait rien de tendancieux dans celui-ci. C'était, au contraire, du grand journalisme. Les radiodiffuseurs privés ont pour mandat d'informer les Canadiens. Or, ils ne peuvent le faire que si nous avons une CBC à la fois dynamique et en santé. Je ne pense pas qu'ils vont s'approprier un dossier et réaliser un reportage là-dessus s'ils ne font pas face à une sérieuse concurrence.

Mme Miljan : Ce n'est pas la première fois que j'entends cela. Lloyd Robertson m'a fait la même remarque. Il a dit, « La CBC/Radio-Canada a un rôle à jouer, car elle nous pousse à faire mieux. » C'est là un commentaire intéressant.

Concernant les préjugés, tout dépend du point de vue d'où on se place. Vous voyez un reportage, vous le jugez bon — ils sont de mon côté, ils font preuve d'impartialité. Vous le trouvez mauvais, ils sont coupables de partialité. Nous essayons d'adopter une approche méthodique. Tout le monde a des préjugés. Nous pouvons tous essayer de faire preuve d'objectivité. J'essaie d'être objective dans mon travail. Toutefois, j'aborde chaque problème en me fondant sur mon expérience, ainsi de suite. Il en va de même pour les journalistes.

Dans l'étude, nous posons aux journalistes une série de questions sur l'économie. Nous leur demandons ce qu'ils en pensent, quels sont les meilleurs moyens de régler les problèmes économiques. Nous avons créé un index et compilé des statistiques. Nous avons ensuite examiné le contenu et la façon dont ils traitent la question du chômage. Nous avons regardé ce qui se faisait du côté non seulement de la CBC/Radio-Canada mais également du côté de CTV, du *Devoir*, du *Calgary Herald* et du *Globe and Mail*. Il est vrai que, dans la plupart des cas, les reportages sont neutres. Les faits sont rapportés de façon objective : par exemple, le chômage a augmenté de X p. 100 aujourd'hui. Nous avons ensuite cherché à savoir s'ils proposaient des solutions. Il y a différentes façons de s'attaquer au problème du chômage. On peut, par exemple, accroître l'aide financière qu'accorde le gouvernement aux chômeurs, une mesure que l'on qualifierait d'interventionniste ou de solution centre gauche. On peut aussi réduire les impôts, une démarche que l'on qualifierait de politique centre droite ou d'approche axée sur le marché. Nous avons réparti ces solutions en catégories dans un index gauche droite et établi une comparaison entre celles-ci et ce que les journalistes avaient à proposer. Nous avons constaté que le

careful. You will choose your words carefully and try to relate the facts, but you have a selection bias in who you interview; you tend to interview people whose perspectives you like.

We found that CBC — and you can see the charts — was much more likely to have left-of-centre spokesmen on their panel discussions and in their debates arguing that we need more government intervention in the economy rather than the other side.

By the same token, when we looked at the *Calgary Herald*, they were much more likely to provide the right-of-centre position, that you needed less government intervention and more private sector management. There are differences in the news organizations and you can measure that.

Senator Munson: I have heard interesting comments from Alberta commentators from the right on Peter Mansbridge's night-time show recently, which I have to accept, as a viewer, as their opinion, then go to bed with them and reject them in the morning. There is my bias.

I would like to ask you about the role of the public broadcaster. Should the CBC forget the idea of having advertisers and get out of sports, where it makes some money? I think that is what drives people in the private broadcasting industry crazy, because it is not a level playing field. I am a firm believer in public broadcasting and I do not differentiate between radio and television.

Ms. Miljan: My perspective is if they receive taxpayer dollars, they should service all taxpayers.

I do not have a strong opinion about commercialization and advertisers. If a popular show can demonstrate good ratings, get commercials on there and make advertising dollars, it helps fund that programming, which just gives it more legitimacy.

With respect to sporting events, again, you are hitting up against a national institution such as *Hockey Night in Canada*. Ironically, I teach sometimes in the United States and a lot of my American students understand Canada because they get the CBC service of *Hockey Night in Canada*. Don Cherry is a household name in a lot of Michigan cities. I do not have a strong view on that because I do not have a vested interest in where people get their advertising revenues and how they fund themselves.

journalistes de la CBC/Radio-Canada avaient beaucoup plus tendance — pas nécessairement dans les opinions qu'ils émettaient — à faire preuve de partialité dans les sources qu'ils sélectionnaient. Un journaliste comme vous ou encore comme Paul Hunter va agir de façon plus prudente. Vous allez bien choisir vos mots et essayer de rapporter les faits, sauf que vous allez faire preuve de partialité dans le choix des personnes que vous allez interviewer. Vous allez avoir tendance à interviewer les personnes qui ont un point de vue que vous partagez.

Nous avons également constaté que la CBC/Radio-Canada — et les tableaux le démontrent — a tendance, lorsqu'elle organise des tables rondes et des débats, à inviter des porte-parole de centre gauche qui vont insister sur une plus grande intervention du gouvernement dans l'économie.

Pour ce qui est du *Calgary Herald*, il est beaucoup plus enclin à adopter des positions centre droite. Il prône une moins grande intervention du gouvernement, et une plus grande intervention du secteur privé. On observe des différences entre les agences de nouvelles, différences qui peuvent être mesurées.

Le sénateur Munson : J'ai entendu, récemment, des observations intéressantes de la part de commentateurs albertains de droite à l'émission de Peter Mansbridge, qui est diffusée le soir. Comme téléspectateur, j'accepte sans rien dire leur position, j'y réfléchis pendant la nuit et le lendemain, je la rejette. C'est ce que j'appelle faire preuve de partialité.

J'aimerais vous poser une question au sujet du rôle joué par le radiodiffuseur public. Est-ce que la CBC/Radio-Canada devrait cesser de diffuser des annonces publicitaires, des émissions de sports, une activité qui, pour elle, est rentable? C'est ce qui dérange les radiodiffuseurs privés. Les règles du jeu ne sont pas équitables. La radiodiffusion publique, pour moi, est très importante. Je ne fais d'ailleurs aucune distinction entre la radio et la télévision.

Mme Miljan : À mon avis, s'ils reçoivent de l'argent des contribuables, ils devraient offrir des services à ces mêmes contribuables.

Je n'ai pas d'idées bien arrêtées sur la commercialisation et les publicitaires. Si une émission populaire affiche de bonnes cotes, diffuse des annonces et en tire des recettes, elle contribue à son financement, ce qui lui donne une plus grande légitimité.

Pour ce qui est des événements sportifs, là encore, vous vous attaquez à une institution nationale. Je parle, bien sûr, de *La soirée du hockey*. Il m'arrive parfois de donner des cours aux États-Unis et, chose ironique, il y a beaucoup d'étudiants américains qui connaissent bien le Canada parce qu'ils regardent *La soirée de hockey* qui est diffusée par la CBC/Radio-Canada. Don Cherry est bien connu au Michigan. Je n'ai pas vraiment d'opinion là-dessus, parce que je ne cherche pas à savoir où les diffuseurs obtiennent leurs recettes publicitaires et comment ils se financent.

Senator Munson: Like Senator Mercer, I could go on all night and listen to you and your points of view because they are important in seeking balance in terms what we will be recommending, but there are two other senators who would like to ask questions.

Senator Merchant: Good evening. I like to state that I come from Regina, Saskatchewan. Each of us is the product of the society in which we grow up and live. It is not surprising that reporters also reflect the opinions of the majority. I noticed some statistics that said the voting patterns of people in the media are similar to the patterns found in the general public; and that is not surprising.

When it comes to political bias, if you talk to a supporter of the NDP, they will tell you that the CBC is anti-NDP. If you talk to a Liberal supporter, they will say that the CBC is too left wing. You can never find agreement because it depends on individual points of view. I do not know who is happy with the CBC in terms of their political biases. The CBC is a public broadcaster and should seek balance in its news reporting. It seems that people do not simply report the news. Rather, they have to use a flamboyant method to capture the attention of the audience. It has something to do with attracting advertisers. I do not know if that is the reason but their presentation of the news is never simple; they always seem to put a sensational spin on their broadcasts. That is why people perceive a bias.

Ms. Miljan: Perhaps. Part of the job is to get people to pay attention. Whether you have to cater to an advertiser, I do not know. I have not noticed any difference in the coverage on CBC between now and when it did not have advertising. It has not changed their style that I can see. It is just the nature of society.

Senator Merchant: It is the pressure of needing an audience.

Ms. Miljan: Yes. Someone has to watch the program and our society needs lots of stimulation. Part of that problem is television — it is the nature of the medium — has to be exciting. I do not have a problem with programs being exciting but I want them to provide different perspectives in a consistent way and not give me only one view of the news.

Senator Merchant: I agree with most of your comments. The CBC is a good programmer but they have to get back to their mandate. I agree with Senator Munson and Senator Mercer that out West we lost the regional perspective at the CBC over the last few years. Everything we tuned into was Toronto-centred or Regina-centred. There was no regional reporting of the news across the province. When someone from North Battleford reports the local news, he knows the people about whom he speaks because they might be his neighbours. They have to return to being true to their mandate.

Ms. Miljan: I agree.

Le sénateur Munson : Je pourrais, tout comme le sénateur Mercer, poursuivre la discussion toute la nuit, car vos propos sont très importants. Ils peuvent nous aider à formuler des recommandations équilibrées. Toutefois, il y a deux autres sénateurs qui souhaitent vous poser des questions.

Le sénateur Merchant : Bonsoir. Je viens de Regina, en Saskatchewan. Nous sommes tous le produit de la société dans laquelle nous vivons. Il n'est pas étonnant que les journalistes reflètent également l'opinion de la majorité. D'après certaines statistiques, les habitudes de vote des gens qui travaillent dans le milieu des médias sont similaires à celles du grand public. Il n'y a rien de surprenant à cela.

Pour ce qui est des préjugés politiques, si vous parlez à un partisan néo-démocrate, il va vous dire que la CBC/Radio-Canada est contre le NDP. Si vous parlez à un partisan libéral, il va vous dire que la CBC/Radio-Canada est trop à gauche. Nous n'arriverons jamais à nous entendre, chaque personne ayant sa propre opinion. À cet égard, je ne sais pas qui est satisfait du travail de CBC/Radio-Canada. En tant que radiodiffuseur public, elle doit faire preuve d'impartialité dans ses reportages. Les journalistes, semble-t-il, ne font pas simplement rapporter les faits. Ils ont recours à des méthodes flamboyantes pour capter l'attention de l'auditoire, peut-être pour attirer des publicitaires. Je ne sais pas si c'est là la raison, mais la façon dont ils présentent les nouvelles n'est jamais simple. Ils semblent toujours rechercher le sensationnalisme, d'où la perception qu'ils font preuve de partialité.

Mme Miljan : Peut-être. Ils doivent trouver un moyen d'attirer l'attention des gens. Cela fait partie de leur travail. Je ne sais pas s'il est nécessaire d'avoir des publicitaires. Je n'ai pas remarqué de différence dans la couverture qu'assure la CBC/Radio-Canada depuis qu'elle fait affaire avec des publicitaires. Elle n'a pas changé de style. Elle ne fait que s'adapter au caractère mouvant de la société.

Le sénateur Merchant : Elle a besoin d'un auditoire.

Mme Miljan : Oui. Quelqu'un doit voir l'émission et notre société a besoin d'être grandement stimulée. Ce problème tient en partie au fait que la télévision — c'est dans sa nature — doit être excitante. Je n'ai rien contre le fait d'avoir accès à des programmes excitants, mais je veux qu'ils fournissent des perspectives différentes, de façon constante, et non pas simplement exprimer un seul point de vue.

Le sénateur Merchant : Je suis d'accord avec vous sur la plupart des points que vous soulevez. La CBC/Radio-Canada est un excellent outil, mais elle doit revenir à son mandat. Je suis d'accord avec le sénateur Munson et le sénateur Mercer : au cours des dernières années, la CBC /Radio-Canada a laissé tomber la perspective régionale dans l'Ouest. Tout vient de Toronto ou de Regina. Il n'y a pas de reportages régionaux dans la province. Quand quelqu'un de North Battleford diffuse les nouvelles locales, il connaît les gens auxquels il fait allusion parce qu'il sont peut-être ses voisins. La CBC/Radio-Canada doit revenir son mandat premier.

Mme Miljan : Je suis d'accord.

Senator Chaput: You interviewed journalists so that you could do this study. How did you select the journalists? Was it according to regions? What cross-section of journalists did you interview?

Ms. Miljan: We did a random sample of journalists in the major news organizations. We wanted to focus on major dailies, television and radio. We did not want to look at the smaller regions or sectors. It was a random sample of French and English. Today, I have been talking about English journalists only. Yes, it was national.

Senator Chaput: I agree with senators who say that the CBC has to take a balance and that it should not have pulled out of local programming. I am from Manitoba. My problem with the balance is that we are all human and anyone can have a perceived bias; is that not right?

Ms. Miljan: Yes.

Senator Chaput: How can you make such a statement and how can that statement be a balanced one? I will give you an example. Canadians have a perceived bias against the Senate of Canada and yet we senators know the work we are doing. How can you say this?

Ms. Miljan: I acknowledge that. That is why I was always frustrated as a student when reading these studies because it was a case of one academic not liking an individual story. The way I do it is much more systematic. We look at the coverage over a period of one year. I do not do the coding but hire students to look at it. When I interview my students I try to get an ideological balance. I will find someone on the left, in the centre and on the right, and they will have to look at the content. Rather than try to impose their preconceived notions, they have to quote what the person in the story said. They go through these inter-coder reliability tests; they have to compare notes to ensure that they all code in the same way; and then they compare notes and stories. We go through many checks to ensure that something was truly said in the news and is not a spin that the coder put on it. Based on that, we come up with a number rather than one example pulled out of the air that might not be representative.

Senator Chaput: As a Manitoban, I do not like the decision that the U.S. has made in respect of Devils Lake. Am I making an anti-American comment by saying that?

Ms. Miljan: No. We code as anti-American such comments as "We can't stand those bastards" — inflammatory comments that clearly reported an editorial statement against the country or the people.

Senator Chaput: Were there many such comments?

Ms. Miljan: Yes.

Le sénateur Chaput : Pour pouvoir procéder à cette étude, vous avez interrogé des journalistes. Comment les avez-vous choisis? Était-ce selon des critères régionaux? Quel échantillon représentatif avez-vous sélectionné?

Mme Miljan : Nous avons pris au hasard un échantillon de journalistes issus des grands médias d'information. Notre objectif était de mettre l'accent sur les grands quotidiens et les principales stations de télévision et de radio, en laissant de côté les régions et les secteurs de moindre envergure. Il s'agissait d'un échantillon aléatoire composé de francophones et d'anglophones, même si aujourd'hui, j'ai parlé uniquement des journalistes de langue anglaise. Enfin, notre étude était bien à l'échelle nationale.

Le sénateur Chaput : Je suis d'accord avec les sénateurs qui affirment que CBC/Radio-Canada doit trouver un équilibre, et qu'elle n'aurait pas dû se désengager de la programmation locale. Je viens du Manitoba. En ce qui concerne cette notion d'équilibre, j'ai des réserves. Nous sommes tous humains, et tout le monde peut avoir un parti pris évident, n'est-ce pas?

Mme Miljan : Oui.

Le sénateur Chaput : Comment pouvez-vous dire une chose pareille? Je vous donne un exemple. Les Canadiens ont des idées toutes faites à propos du Sénat canadien, même si nous, les sénateurs, savons le travail que nous accomplissons. Comment pouvez-vous affirmer cela?

Mme Miljan : C'est vrai. C'est la raison pour laquelle, étudiante, certaines études m'irritaient toujours parce qu'elles concernaient un universitaire qui n'aimait pas un reportage en particulier. Ma façon de faire est beaucoup plus systématique. Nous avons étudié des résultats qui s'étaient sur une année entière. Je ne procède pas au codage moi-même, j'engage des étudiants pour le faire. Lorsque je les reçois en entrevue, j'essaie de trouver un équilibre idéologique en ce sens que j'en choisis qui ont des opinions de gauche, d'autres du centre et d'autres encore de droite, et ce sont eux qui devront ensuite revoir les données de l'étude. Plutôt que d'essayer d'imposer leurs idées préconçues, ils doivent rapporter textuellement les propos des gens. Ils doivent également se soumettre à une épreuve de fiabilité des correcteurs et confronter leurs notes pour s'assurer de tous coder les résultats de la même façon. Enfin, ils comparent les notes et les reportages. Nous effectuons plusieurs vérifications pour être certains que ces propos ont réellement été dits lors d'un bulletin de nouvelles et qu'il ne s'agit pas d'une invention du codeur. À partir de là, nous présentons un certain nombre d'exemples, plutôt qu'un seul tiré d'on ne sait où qui pourrait ne pas être représentatif.

Le sénateur Chaput : En tant que Manitobaine, je n'approuve pas la décision des Américains à l'égard de Devils Lake. Est-ce que je tiens là des propos anti-américains?

Mme Miljan : Non. Nous qualifions d'anti-américaines des déclarations telles que : « nous ne pouvons supporter ces bâtards », paroles incendiaires qui faisaient clairement état d'une charge contre le pays ou sa population.

Le sénateur Chaput : Y avait-il beaucoup de commentaires de ce type?

Mme Miljan : Oui.

Senator Chaput: Were they reported on CBC?

Ms. Miljan: Yes, they were reported on CBC over the course of the years.

Senator Chaput: Did they all use that kind of language?

Ms. Miljan: No, not all of them.

Senator Chaput: My sentiment would not be seen as anti-American?

Ms. Miljan: No, because your statement was regarding a decision rather than something specific against the Americans. The subject of that statement was the decision, not the country or the people.

Senator Chaput: It would be the way in which the statement was said?

Ms. Miljan: Exactly.

Senator Phalen: I would like to hear a statement about your policies.

Ms. Miljan: The specific policies were not likely the problem. That study to which you refer was talking about references to Americans only. It had to say something specific about the Americans rather than simply that they do not agree with their policy on Iraq. That would not be part of that study.

You people are grilling me more than my students do; and that is great.

The Deputy Chairman: From a public policy perspective, we have had much debate in committee over the last year. I am unsure of the CBC's mandate and whether the CBC knows what it is. What justification is there without the local television station? We have no local news stations left in our province. It is basically CBC and Global. What is the justification for CBC? How can you build an argument that this should exist? The CBC people totally resist change. It took change to build the CBC; it took change to have medicare; it took change to do anything. You always need change to do something, but when you want to change what was built 50 or 60 years ago, people go out of their minds. I do not know what the public policy perspective for CBC would be today. What is it, from your perspective, in 2005? You say you want it to exist. Too bad Barry Cooper is not here. He would be much funnier, which is the way I feel.

Ms. Miljan: It is an important question. If you take away the regional issue and the fact that you no longer have the technological problems — you do not have to fight for the bandwidth any more, that you have this 500-channel universe,

Le sénateur Chaput : A-t-on diffusé ces commentaires à CBC/Radio-Canada?

Mme Miljan : Oui, ils ont été transmis par CBC/Radio-Canada au fil des ans.

Le sénateur Chaput : Est-ce que ces propos étaient généralisés?

Mme Miljan : Non.

Le sénateur Chaput : Et l'opinion que je viens d'exprimer ne pourrait pas passer pour anti-américaine?

Mme Miljan : Non, puisque vos propos concernaient davantage une décision qu'un aspect propre aux Américains.

Le sénateur Chaput : Tout est donc dans la façon dont on s'exprime?

Mme Miljan : C'est exact.

Le sénateur Phalen : J'aimerais que vous nous parliez des politiques.

Mme Miljan : Les politiques elles-mêmes n'étaient pas vraiment le problème qui nous intéressait. L'étude à laquelle vous faites référence traitait des déclarations concernant les Américains seulement. Les gens devaient avoir dit quelque chose de spécifique à l'égard des Américains, et non s'être exprimés sur la politique des États-Unis en Irak. Cet aspect ne faisait pas partie de l'étude.

C'est bien, vous me mettez davantage à l'épreuve que mes étudiants ne le font!

Le vice-président : Du point de vue des politiques gouvernementales, celles-ci ont suscité de nombreux débats pendant la dernière année. La teneur du mandat de CBC/Radio-Canada m'apparaît peu claire, et c'est peut-être aussi le cas pour CBC/Radio-Canada elle-même. Sans station de télévision locale, l'existence de ce réseau est-elle justifiée? Notre province ne compte plus aucune chaîne de nouvelles régionales. Les stations se résument essentiellement à CBC et Global. Qu'est-ce qui justifie l'existence de CBC/Radio-Canada? Quels arguments pourriez-vous mettre de l'avant en sa faveur? Les employés de CBC/Radio-Canada résistent totalement aux changements, bien que ceux-ci soient nécessaires à toute chose. Il a fallu des changements pour créer CBC/Radio-Canada, tout comme le régime d'assurance-maladie. Cependant, lorsqu'on désire changer ce qui a été créé il y a 50 ou 60 ans, les gens s'affolent. J'ignore quelle politique gouvernementale il faudrait adopter pour CBC/Radio-Canada aujourd'hui, en 2005. Quelle serait-elle, selon vous? Vous disiez que vous aimeriez qu'il y en ait une. C'est dommage que Barry Cooper ne soit pas ici. J'ai l'impression qu'il serait plus amusant.

Mme Miljan : C'est une question importante. Si l'on fait abstraction de la question régionale et du fait qu'il n'y a plus de problèmes technologiques — en effet, on n'a plus à se battre pour une largeur de bande, étant donné les 500 canaux disponibles, et,

you can have satellite radio so there is no need to protect the public airwaves in the way that we imagined it 60 years ago — it is a much more difficult prospect.

The last entertainment program done by CBC I watched was *Anne of Green Gables*. That does not mean I do not watch Canadian entertainment programming; I just tend to watch it on the digital channels when the kind of material that comes out is more to my liking.

It is a difficult question because it is hard to justify them if it is only national. I have been arguing for years that if we are to have a CBC, it has to live up to its regional mandate. It has to tell me something about places in this country other than just Ottawa or Toronto.

Living in Windsor, for example, even Windsor feels out of the loop. They have the same kinds of views of alienation that I experienced in Western Canada because they do not get picked up by the national network either. Very few people know about the problems, and they have serious public policy issues. We are the biggest port of entry for NAFTA, for free trade. You would think that would warrant a lot of attention. You would think people would be talking about trade issues and coming to Windsor to try to deal with the gridlock and the border issues, but it is completely ignored by not only the private sector but also the public sector, and that is a huge concern.

The Deputy Chairman: Just judging from what happened at the time of the lockout, if CBC did not exist today, would there be any public policy incentive to create it?

Ms. Miljan: There would always be people wanting it. If other countries had public broadcasting, there would always be people saying, "We should have our own public broadcaster." However, we do not have the same circumstance as we did when we first built the CBC, which was there was a technological limitation with the bandwidth. The fact that there are many Canadian channels on digital and on the higher cable channels makes it hard to justify because you can get a national broadcaster that is not public in terms of, let us say, 24-hour news. There is no reason to only have the CBC there — or the CBC at all. As we have seen, other competitors have tried to offer that service and have been denied.

Senator Munson: I think that my own government has let the public down by not spending more on the public broadcaster. I am serious. I am getting it on the record. It is very important. I do not think that we will see the public policy debate through private broadcasting as much as we would see it on a daily basis, for example, on *As It Happens*, *Cross Country Checkup*, local morning radio programming — the debate dealing with people in the North, where private broadcasters do not exist, dealing with Acadians in New Brunswick, francophones in Manitoba and Franco-Ontarians. I do not think in that national debate we will

on peut également avoir la radio par satellite; il n'est donc plus nécessaire de protéger les ondes publiques comme nous l'avions imaginé il y a 60 ans —, les perspectives sont bien peu réjouissantes.

La dernière émission de divertissement présentée par CBC que j'ai regardée est *Anne... la maison aux pignons verts*. Ce qui ne signifie pas pour autant que je ne regarde pas les programmes de divertissement canadiens; seulement, j'ai tendance à le faire par voie numérique lorsque quelque chose m'intéresse.

Cette question est délicate, puisqu'il est difficile de justifier l'existence de CBC/Radio-Canada si celle-ci propose uniquement un contenu national. Depuis des années, je dis que si CBC/Radio-Canada doit exister, c'est aussi pour remplir son mandat à l'égard des régions. Elle doit m'informer sur ce qui se passe au pays, ailleurs qu'à Ottawa et Toronto.

J'habite à Windsor et, même là-bas, on se sent mis à l'écart. Les habitants de cette ville ont le même sentiment d'aliénation que celui dont j'ai fait l'expérience dans l'Ouest canadien. En effet, ils ont l'impression qu'eux non plus ne comptent pas pour le réseau national. Très peu de gens sont au courant des enjeux qui les touchent, et ils font face à d'importants problèmes de politique publique. Windsor est le principal port d'entrée de l'ALENA, du libre-échange. On pourrait croire que cela lui vaudrait beaucoup d'attention, que les gens parleraient des problèmes commerciaux et iraient à Windsor pour essayer de régler les obstacles et les embouteillages à la frontière. Pourtant, ni les réseaux privés ni les stations publiques ne se soucient de ces problèmes, et c'est très préoccupant.

Le vice-président : En tirant des conclusions de ce qui est arrivé au moment du lockout, si CBC/Radio-Canada n'existait pas aujourd'hui, y aurait-il un intérêt public quelconque à vouloir sa création?

Mme Miljan : Il y aura toujours des gens pour le souhaiter. Dans les autres pays qui ont un radiodiffuseur public, il y aura toujours des gens pour dire : « Nous voulons conserver notre radiodiffuseur public ». Néanmoins, les circonstances ont changé depuis la création de CBC/Radio-Canada, lorsque la largeur de bande limitait les possibilités technologiques. Dès lors, étant donné que de nombreux canaux canadiens sont disponibles par voie numérique et par câble, une telle situation est difficilement justifiable, puisqu'on peut avoir un diffuseur national privé qui transmet, disons, des nouvelles 24 heures sur 24. Dans ce cas, la présence de la CBC/Radio-Canada est injustifiée. Comme nous l'avons constaté, des réseaux concurrents ont essayé d'offrir le même service, mais ils ont échoué.

Le sénateur Munson : Je crois que mon gouvernement a laissé tomber le public en n'accordant pas assez de fonds aux radiodiffuseurs publics. Je suis sérieux. Je veux que cela figure dans le compte rendu, c'est très important. Je ne crois pas que la radiodiffusion privée présente jamais des débats d'intérêt public, comme c'est le cas dans les émissions quotidiennes *As It Happens* et *Cross Country Checkup*, des émissions de radio matinales. Qu'il s'agisse du débat sur les communautés du Nord, duquel les radiodiffuseurs privés sont absents, ou encore sur les Acadiens du Nouveau-Brunswick, les francophones du Manitoba et les franco-

ever see that as a national concept from a private broadcaster. The private broadcaster serves a great purpose, but I still do not think that it is a link between St. John's and Vancouver. I just say that for the record so that Senator Tkachuk does not get the last word.

The Deputy Chairman: Thank you very much, Ms. Miljan. It was fun. It is good to be chairman.

The committee adjourned.

ontariens, je ne crois pas que ce type de débat à l'échelle nationale pourra un jour émaner des radiodiffuseurs privés. Ceux-ci jouent un rôle important, mais je doute qu'ils établissent un lien entre Saint-John et Vancouver. Je dis cela pour que ça figure dans le compte rendu, et pour que le sénateur Tkachuk n'ait pas le dernier mot.

Le vice-président : Merci beaucoup madame Miljan. C'était très intéressant. J'ai été heureux de présider ce comité.

La séance est levée.



If undelivered, return COVER ONLY to:
Public Works and Government Services Canada –
Publishing and Depository Services
Ottawa, Ontario K1A 0S5

En cas de non-livraison,
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada –
Les Éditions et Services de dépôt
Ottawa (Ontario) K1A 0S5

WITNESSES

Tuesday, October 18, 2005

Magazines Canada:

John L. Thomson, Chief Executive Officer and Publisher, *Canadian Geographic*;

Jim Everson, Executive Director, Public Affairs;

Sylvaine Gombert, Former Board Member.

Wednesday, October 19, 2005

Canadian Broadcast Standards Council:

Ronald I. Cohen, National Chair;

John MacNab, Executive Director;

Teisha Gaylard, Director of Policy.

As an individual:

Lydia Miljan, Professor, Political Science, University of Windsor.

TÉMOINS

Le mardi 18 octobre 2005

Magazines Canada :

John L. Thomson, directeur général et éditeur, *Can*
Geographic;

Jim Everson, directeur général, Affaires publiques;

Sylvaine Gombert, ancien membre du conseil d'administration

Le mercredi 19 octobre 2005

Conseil canadien des normes de la radiotélévision :

Ronald I. Cohen, président national;

John MacNab, directeur exécutif;

Teisha Gaylard, directrice des politiques.

À titre personnel :

Lydia Miljan, professeure, Sciences politiques, Universi
Windsor.





First Session
Thirty-eighth Parliament, 2004-05

Première session de la
trente-huitième législature, 2004-2005

SENATE OF CANADA

SÉNAT DU CANADA

*Proceedings of the Standing
Senate Committee on*

*Délibérations du Comité
sénatorial permanent des*

Transport and Communications

Transports et des communications

Chair:

The Honourable JOAN FRASER

Présidente :

L'honorable JOAN FRASER

Tuesday, November 15, 2005
Tuesday, November 22, 2005
Wednesday, November 23, 2005 (in camera)

Le mardi 15 novembre 2005
Le mardi 22 novembre 2005
Le mercredi 23 novembre 2005 (à huis clos)

Issue No. 23

Sixty-first and

sixty-second meetings on:

The current state of Canadian media industries
and

First and second (final) meeting on Bill C-37:

An Act to amend the
Telecommunications Act

Fascicule n° 23

Soixante et unième et

soixante-deuxième réunions concernant :

L'état actuel des industries de médias canadiennes
et

Première et deuxième (dernière) réunions concernant :

Le projet de loi C-37, Loi modifiant la
Loi sur les télécommunications

APPEARING:

The Honourable Jerry Pickard, P.C., M.P.,
Parliamentary Secretary to the Minister of Industry

COMPARAÎT :

L'honorable Jerry Pickard, C.P., député,
Secrétaire parlementaire du ministre de l'Industrie

INCLUDING:

THE NINTH REPORT OF THE COMMITTEE
(Bill C-37)

Y COMPRIS :

LE NEUVIÈME RAPPORT DU COMITÉ
(Le projet de loi C-37)

WITNESSES:

(See back cover)

TÉMOINS :

(Voir à l'endos)

THE STANDING SENATE COMMITTEE ON TRANSPORT AND COMMUNICATIONS

The Honourable Joan Fraser, *Chair*

The Honourable David Tkachuk, *Deputy Chair*

and

The Honourable Senators:

* Austin, P.C.
(or Rompkey, P.C.)
Carney, P.C.
Chaput
Eyton
Johnson

* Kinsella
(or Stratton)
Mercer
Merchant
Munson
Phalen

*Ex officio mEmbers

(Quorum 4)

Changes in membership of the committee:

Pursuant to rule 85(4), membership of the committee was amended as follows:

The name of the Honourable Senator Zimmer substituted for that of the Honourable Senator Mercer (*November 14, 2005*).

The name of the Honourable Senator Mercer substituted for that of the Honourable Senator Zimmer (*November 15, 2005*).

The name of the Honourable Senator Tardif substituted for that of the Honourable Senator Phalen (*November 19, 2005*).

The name of the Honourable Senator Cordy substituted for that of the Honourable Senator Mercer (*November 21, 2005*).

The name of the Honourable Senator Hubley substituted for that of the Honourable Senator Munson (*November 21, 2005*).

The name of the Honourable Senator Dawson was removed (*November 23, 2005*).

The name of the Honourable Senator Mercer substituted for that of the Honourable Senator Cordy (*November 23, 2005*).

The name of the Honourable Senator Munson substituted for that of the Honourable Senator Hubley (*November 23, 2005*).

The name of the Honourable Senator Phalen substituted for that of the Honourable Senator Tardif (*November 23, 2005*).

LE COMITÉ SÉNATORIAL PERMANENT DES TRANSPORTS ET DES COMMUNICATIONS

Présidente : L'honorable Joan Fraser

Vice-président : L'honorable David Tkachuk

et

Les honorables sénateurs :

* Austin, C.P.
(ou Rompkey, C.P.)
Carney, C.P.
Chaput
Eyton
Johnson

* Kinsella
(ou Stratton)
Mercer
Merchant
Munson
Phalen

*Membres d'office

(Quorum 4)

Modifications de la composition du comité :

Conformément à l'article 85(4) du Règlement, la liste des membres du comité est modifiée, ainsi qu'il suit :

Le nom de l'honorable sénateur Zimmer est substitué à celui de l'honorable sénateur Mercer (*le 14 novembre 2005*).

Le nom de l'honorable sénateur Mercer est substitué à celui de l'honorable sénateur Zimmer (*le 15 novembre 2005*).

Le nom de l'honorable sénateur Tardif est substitué à celui de l'honorable sénateur Phalen (*le 19 novembre 2005*).

Le nom de l'honorable sénateur Cordy est substitué à celui de l'honorable sénateur Mercer (*le 21 novembre 2005*).

Le nom de l'honorable sénateur Hubley est substitué à celui de l'honorable sénateur Munson (*le 21 novembre 2005*).

Le nom de l'honorable sénateur Dawson est supprimé (*le 23 novembre 2005*).

Le nom de l'honorable sénateur Mercer est substitué à celui de l'honorable sénateur Cordy (*le 23 novembre 2005*).

Le nom de l'honorable sénateur Munson est substitué à celui de l'honorable sénateur Hubley (*le 23 novembre 2005*).

Le nom de l'honorable sénateur Phalen est substitué à celui de l'honorable sénateur Tardif (*le 23 novembre 2005*).

ORDER OF REFERENCE

Extract from the *Journals of the Senate* of Wednesday, November 2, 2005:

Resuming debate on the motion of the Honourable Senator Tardif, seconded by the Honourable Senator Massicotte, for the second reading of Bill C-37, An Act to amend the Telecommunications Act.

After debate,

The question being put on the motion, it was adopted.

The bill was then read the second time.

The Honourable Senator Tardif moved, seconded by the Honourable Senator Massicotte, that the bill be referred to the Standing Senate Committee on Transport and Communications.

The question being put on the motion, it was adopted.

ORDRE DE RENVOI

Extrait des *Journaux du Sénat* du mercredi 2 novembre 2005 :

Reprise du débat sur la motion de l'honorable sénateur Tardif, appuyée par l'honorable sénateur Massicotte, tendant à la deuxième lecture du projet de loi C-37, Loi modifiant la Loi sur les télécommunications.

Après débat,

La motion, mise aux voix, est adoptée.

Le projet de loi est alors lu la deuxième fois.

L'honorable sénateur Tardif propose, appuyée par l'honorable sénateur Massicotte, que le projet de loi soit renvoyé au Comité sénatorial permanent des transports et des communications.

La motion, mise aux voix, est adoptée.

Le greffier du Sénat,

Paul C. Bélisle

Clerk of the Senate

MINUTES OF PROCEEDINGS

OTTAWA, Tuesday, November 15, 2005
(66)

[English]

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day, at 9:05 a.m., in room 9, Victoria Building, the Chair, the Honourable Joan Fraser, presiding.

Members of the Committee present: The Honourable Senators Chaput, Dawson, Eyton, Fraser, Johnson, Merchant, Munson, Phalen, Tkachuk and Zimmer (10).

Other Senators present: The Honourable Senators Downe, Tardif and Fox, P.C. (3).

In attendance: Jessica Richardson, Legislative Clerk, the Senate; and Terry Thomas, Analyst, Parliamentary Information and Research Services, Library of Parliament.

Also in attendance: The official reporters of the Senate.

Pursuant to the Order of Reference adopted by the Senate on Wednesday, November 2, 2005, the committee began its examination of Bill C-37, An Act to amend the Telecommunications Act.

APPEARING:

The Honourable Jerry Pickard, P.C., M.P., Parliamentary Secretary to the Minister of Industry.

WITNESSES:*Industry Canada:*

Michael Binder, Assistant Deputy Minister, Spectrum, Information Technologies and Telecommunications;

Len St. Aubin, Senior Director, Business and Regulatory Analysis, Telecommunications Policy Branch;

Steve Williamson, Senior Advisor, Business and Regulatory Analysis, Telecommunications Policy Branch;

Glenn Sheskey, Legal Counsel.

Canadian Radio-television and Telecommunications Commission:

Richard D. French, Vice-Chairman, Telecommunications;

Elizabeth Duncan, Regional Commissioner for the Atlantic Region;

Allan Rosenzweig, General Counsel, Telecommunications;

Gerald Lylyk, Director, Consumer Affairs.

Canadian Marketing Association:

John Gustavson, President and Chief Executive Officer;

Wally Hill, Vice-President, Public Affairs and Communications.

PROCÈS-VERBAUX

OTTAWA, le mardi 15 novembre 2005
(66)

[Traduction]

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui, à 9 h 5, dans la salle 9 de l'édifice Victoria, sous la présidence de l'honorable Joan Fraser (*présidente*).

Membres du comité présents : Les honorables sénateurs Chaput, Dawson, Eyton, Fraser, Johnson, Merchant, Munson, Phalen, Tkachuk et Zimmer (10).

Autres sénateurs présents : Les honorables sénateurs Downe, Tardif et Fox, C.P. (3).

Également présents : Jessica Richardson, commis législative, Sénat; et Terry Thomas, analyste, Service d'information et de recherche parlementaires, Bibliothèque du Parlement.

Aussi présents : Les sténographes officiels du Sénat.

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le mercredi 2 novembre 2005, le comité entreprend son examen du projet de loi C-37, Loi modifiant la Loi sur les télécommunications.

COMPARAÎT :

L'honorable Jerry Pickard, C.P., député, secrétaire parlementaire du ministre de l'Industrie.

TÉMOINS :*Industrie Canada :*

Michael Binder, sous-ministre adjoint, Spectre, technologies de l'information et télécommunications;

Len St. Aubin, directeur principal, Analyse industrielle et réglementaire, Direction de la politique des télécommunications;

Steve Williamson, conseiller principal, Analyse industrielle et réglementaire, Direction de la politique des télécommunications;

Glenn Sheskey, conseiller juridique.

Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes :

Richard D. French, vice-président des télécommunications;

Elizabeth Duncan, commissaire régionale pour l'Atlantique;

Allan Rosenzweig, avocat général, Télécommunications;

Gerald Lylyk, directeur, Consommation;

Association canadienne du marketing :

John Gustavson, président et président-directeur général;

Wally Hill, vice-président, Affaires publiques et communications.

Canadian Federation of Independent Business:

Rob Taylor, Senior Analyst, Policy and Communications.

Eden Clean Air and Heating:

Allen Futerman, Owner.

Public Interest Advocacy Centre:

John Lawford, Legal Counsel;

Hasini Palihapitiya, Articling Student.

Primerica Financial Services (Canada) Ltd.:

Peter W. Schneider, Executive Vice-President, Primerica Financial Services Ltd.;

Hande Bilhan, Senior Vice-President, Government Affairs.

Canadian Life and Health Insurance Association Inc.:

Jean-Pierre Bernier, Vice-President and General Counsel;

Peter Goldthorpe, Director, Marketplace Regulation Issues.

Association of Fundraising Professionals:

J. Boyd McBride, Chair, Ottawa Chapter, Government Relations Committee.

Mr. Pickard made a statement and, with Messrs. St. Aubin and Binder, answered questions.

Mr. French made a statement and, with Messrs. Rosenzweig and Lylyk, answered questions.

At 10:46 a.m., the committee suspended.

At 10:55 a.m., the committee resumed.

Messrs. Gustavson, Taylor, and Futerman made statements and answered questions.

At 11:54 a.m., the committee suspended.

At 11:56 a.m., the committee resumed.

Mr. Lawford made a statement and answered questions.

Messrs. McBride, Bernier, Goldthorpe, and Schneider made statements and answered questions.

At 1:04 p.m., it was agreed that the committee adjourn to the call of the Chair.

ATTEST

OTTAWA, Tuesday, November 15, 2005
(67)

[English]

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day, in camera, at 2:14 p.m., in room 2, Victoria Building, the Chair, the Honourable Joan Fraser, presiding.

Fédération canadienne de l'entreprise indépendante :

Rob Taylor, analyste principal, Politiques et communications.

Eden Clear Air and Heating :

Allen Futerman, propriétaire.

Centre pour la défense de l'intérêt public :

John Lawford, conseiller juridique;

Hasini Palihapitiya, stagiaire en droit.

Primerica Financial Services (Canada) Ltd. :

Peter W. Schneider, vice-président, directeur général, Primerica Financial Services Ltd.;

Hande Bilhan, vice-présidente principale, Affaires gouvernementales.

Association canadienne des compagnies d'assurances de personnes inc. :

Jean-Pierre Bernier, vice-président et avocat général;

Peter Goldthorpe, directeur, Questions liées à la réglementation du marché.

Association of Fundraising Professionals :

J. Boyd McBride, président, section d'Ottawa, Comité des relations gouvernementales.

M. Pickard fait une déclaration puis, aidé de MM. St. Aubin et Binder, répond aux questions.

M. French fait une déclaration puis, aidé de MM. Rosenzweig et Lylyk, répond aux questions.

À 10 h 46, le comité interrompt ses travaux.

À 10 h 55, la séance reprend.

MM. Gustavson, Taylor et Futerman font chacun une déclaration puis répondent aux questions.

À 11 h 54, la séance est suspendue.

À 11 h 56, la séance reprend.

M. Lawford fait une déclaration puis répond aux questions.

MM. McBride, Bernier, Goldthorpe et Schneider font chacun une déclaration puis répondent aux questions.

À 13 h 4, il est convenu que le comité suspende ses travaux jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

ATTESTÉ :

OTTAWA, le mardi 15 novembre 2005
(67)

[Traduction]

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui à huis clos, à 14 h 14, dans la salle 2 de l'édifice Victoria, sous la présidence de l'honorable Joan Fraser (*présidente*).

Members of the committee present: The Honourable Senators Chaput, Eyton, Fraser, Johnson, Merchant, Phalen and Tkachuk (7).

In attendance: Terry Thomas and Joseph Jackson, Analysts, Parliamentary Information and Research Services, Library of Parliament, and David Black, Special Advisor to the Committee.

Pursuant to the Order of Reference adopted by the Senate on Tuesday, October 19, 2004, the committee continued its examination of the current state of Canadian media industries. (*For complete text of Order of Reference, see proceedings of the committee, Issue No. 1, dated October 7, 2004.*)

Pursuant to rule 92(2)(f), the committee considered a draft report.

At 4:15 p.m., it was agreed that the committee adjourn to the call of the Chair.

ATTEST:

OTTAWA, Tuesday, November 22, 2005
(68)

[English]

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day, at 9:35 a.m., in room 505, Victoria Building, the Chair, the Honourable Joan Fraser, presiding.

Members of the committee present: The Honourable Senators Carney, P.C., Chaput, Cordy, Dawson, Fraser, Hubley, Johnson, Merchant, Tardif and Tkachuk (10).

In attendance: Jessica Richardson, Legislative Clerk, the Senate; and Terry Thomas, Analyst, Parliamentary Information and Research Services, Library of Parliament.

Also in attendance: The official reporters of the Senate.

Pursuant to the Order of Reference adopted by the Senate on Wednesday, November 2, 2005, the committee continued its examination of Bill C-37, An Act to amend the Telecommunications Act.

The committee considered its business.

It was agreed that the committee proceed to clause-by-clause consideration of Bill C-37.

It was agreed that the title stand postponed.

The Chair asked whether clause 1 shall carry.

The Honourable Senator Tardif moved that Bill C-37 be amended in clause 1, on page 2, by replacing line 28 with the following:

“before each House of Parliament on any of the”.

The question being put on the motion in amendment, it was adopted.

Membres du comité présents : Les honorables sénateurs Chaput, Eyton, Fraser, Johnson, Merchant, Phalen et Tkachuk (7).

Sont aussi présents : Terry Thomas et Joseph Jackson, analystes, Service d'information et de recherche parlementaires de la Bibliothèque du Parlement; et David Black, conseiller spécial auprès du comité.

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le mardi 19 octobre 2004, le comité poursuit son examen de l'état actuel des industries de médias canadiennes. (*Le texte complet de l'ordre de renvoi figure au fascicule n° 1 des délibérations du comité du 7 octobre 2004.*)

Conformément à l'alinéa 92(2)f) du Règlement, le comité examine une ébauche de rapport.

À 16 h 15, il est convenu que le comité suspende ses travaux jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

ATTESTÉ :

OTTAWA, le mardi 22 novembre 2005
(68)

[Traduction]

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui, à 9 h 35, dans la salle 505 de l'édifice Victoria, sous la présidence de l'honorable Joan Fraser (*présidente*).

Membres du comité présents : Les honorables sénateurs Carney, C.P., Chaput, Cordy, Dawson, Fraser, Hubley, Johnson, Merchant, Tardif et Tkachuk (10).

Également présents : Jessica Richardson, commis législative, le Sénat; et Terry Thomas, analyste, Service d'information et de recherche parlementaires, Bibliothèque du Parlement.

Aussi présents : Les sténographes officiels du Sénat.

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le mercredi 2 novembre 2005, le comité poursuit l'étude du projet de loi C-37, Loi modifiant la Loi sur les télécommunications.

Le comité examine ses travaux.

Il est convenu que le comité procède à l'étude article par article du projet de loi C-37.

Il est convenu de reporter l'étude du titre.

La présidente demande si l'article 1 est adopté.

L'honorable sénateur Tardif propose que le projet de loi C-37 soit modifié, à l'article 1, par substitution à la ligne 28, page 2, de ce qui suit :

« rapport devant chaque chambre du Parlement dans ».

La question, mise aux voix, est adoptée.

The committee resumed consideration of clause 1, as amended.

The Honourable Senator Tkachuk moved that Bill C-37 be amended in clause 1, on page 3, by replacing lines 5 to 9 with the following:

“business relationship,

(ii) with whom the person making the telecommunication, or the person on whose behalf the telecommunication is made, has an existing personal relationship, or

(iii) whose name has been provided to the person making the telecommunication, or the person or organization on whose behalf the telecommunication is made, by a person or organization that has an existing business or personal relationship with the person to whom the telecommunication is made,

and who has not made a do not call request in respect of the person or organization on whose behalf the telecommunication is made;”

After debate, the motion in amendment was, with leave, amended to the following:

“business relationship,

(ii) with whom the person making the telecommunication, or the person on whose behalf the telecommunication is made, has an existing personal relationship, and

(iii) who has not made a do not call request in respect of the person or organization on whose behalf the telecommunication is made;”

After debate, the question being put on the motion in amendment, as modified, it was negatived on the following vote:

YEAS: The Honourable Senators Johnson and Tkachuk — 2.

NAYS: The Honourable Senators Chaput, Cordy, Dawson, Fraser, Hubley, Merchant, and Tardif — 7.

ABSTENTIONS: — 0.

The committee resumed consideration of clause 1, as amended.

It was agreed that clause 1, as amended, carry.

The Chair asked whether clause 2 shall carry.

The Honourable Senator Tkachuk moved that Bill C-37 be amended, in clause 2, on page 5, by replacing lines 12 to 16 with the following:

“commits the violation is liable

(a) in the case of an individual, to an administrative monetary penalty of up to \$1,500; or

(b) in the case of a corporation, to an administrative monetary penalty of up to \$15,000.”

After debate, the question being put on the motion in amendment, it was adopted.

Le comité reprend l'étude de l'article 1 modifié.

L'honorable sénateur Tkachuk propose que le projet de loi C-37 soit modifié, à l'article 1, page 3, par substitution aux lignes 6 à 9 de ce qui suit :

« relations d'affaires,

(ii) soit avec qui la personne faisant la télécommunication — ou la personne pour le compte de laquelle celle-ci est faite — a une relation personnelle en cours,

(iii) soit dont le nom a été fourni à la personne faisant la télécommunication — ou à la personne ou l'organisme pour le compte duquel celle-ci est faite — par une personne ou un organisme qui a une relation d'affaires ou une relation personnelle existante avec le destinataire.

et qui n'a pas fait de demande d'exclusion quant à la personne ou à l'organisme pour le compte duquel la télécommunication est faite; ».

Après discussion, la motion d'amendement est modifiée de la façon suivante :

« relations d'affaires,

ii) soit avec qui la personne faisant la télécommunication — ou la personne pour le compte de laquelle celle-ci est faite — a une relation personnelle en cours, et

iii) qui n'a pas fait de demande d'exclusion quant à la personne ou à l'organisme pour le compte duquel la télécommunication est faite; ».

Après discussion, la motion d'amendement modifiée, mise aux voix, est rejetée de la façon suivante :

POUR : Les honorables sénateurs Johnson et Tkachuk — 2.

CONTRE : Les honorables sénateurs Chaput, Cordy, Dawson, Fraser, Hubley, Merchant et Tardif — 7.

ABSTENTIONS : — 0.

Le comité poursuit l'étude de l'article 1 modifié.

Il est convenu d'adopter l'article 1.

La présidente demande si l'article 2 est adopté.

L'honorable sénateur Tkachuk propose que le projet de loi C-37 soit modifié, à l'article 2, page 5, par substitution des lignes 13 à 17 de la façon suivante :

« une pénalité dont le montant est :

a) dans le cas d'une personne physique, de 1 500 \$;

b) dans le cas d'une personne morale, de 15 000 \$. »

Après discussion, la motion d'amendement, mise aux voix, est adoptée.

The committee resumed consideration of clause 2, as amended.

It was agreed that clause 2, as amended, carry.

It was agreed that clause 2.1 carry.

It was agreed that clause 3 carry.

It was agreed that the title carry.

It was agreed that the Bill, as amended, carry.

At 10:25 a.m., the committee proceeded in camera, pursuant to rule 92(2)(f), to consider observations to append to the report on the Bill.

It was agreed that the Chair report the Bill to the Senate with the agreed upon observations, and that the Chair and Deputy Chair be authorized to make minor adjustments without substantially affecting the content.

At 10:34 a.m., it was agreed that the committee adjourn to the call of the Chair.

ATTEST:

OTTAWA, Wednesday, November 23, 2005
(69)

[English]

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day, in camera, at 6:15 p.m., in room 505, Victoria Building, the Chair, the Honourable Joan Fraser, presiding.

Members of the committee present: The Honourable Senators Carney, P.C., Chaput, Eyton, Fraser, Johnson, Mercer, Munson, Phalen and Tkachuk (9).

In attendance: Terry Thomas, Analyst, Parliamentary Information and Research Services, Library of Parliament.

Pursuant to the Order of Reference adopted by the Senate on Tuesday, October 19, 2004, the committee continued its examination of the current state of Canadian media industries. (For complete text of Order of Reference, see proceedings of the committee, Issue No. 1, dated October 7, 2004.)

Pursuant to rule 92(f), the committee considered a draft report.

At 8:25 p.m., it was agreed that the committee adjourn to the call of the Chair.

ATTEST:

Le greffier du comité,

Till Heyde

Clerk of the Committee

Le comité poursuit l'étude de l'article 2 modifié.

Il est convenu d'adopter l'article 2 modifié.

Il est convenu d'adopter l'article 2.1.

Il est convenu d'adopter l'article 3.

Il est convenu d'adopter le titre.

Il est convenu d'adopter le projet de loi modifié.

À 10 h 25, le comité poursuit ses travaux à huis clos, conformément à l'alinéa 92(2)f) du Règlement pour examiner les observations à annexer au rapport sur le projet de loi.

Il est convenu que la présidente fasse rapport du projet de loi au Sénat avec les observations adoptées, et que la présidente et le vice-président soient autorisés à y apporter de légères modifications qui n'en changent pas de façon importante la teneur.

À 10 h 34, il est convenu que le comité suspende ses travaux jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

ATTESTÉ :

OTTAWA, le mercredi 23 novembre 2005
(69)

[Traduction]

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui à huis clos, à 18 h 15, dans la salle 505 de l'édifice Victoria, sous la présidence de l'honorable Joan Fraser (*présidente*).

Membres du comité présents : Les honorables sénateurs Carney, C.P., Chaput, Eyton, Fraser, Johnson, Mercer, Munson, Phalen et Tkachuk (9).

Aussi présent : Terry Thomas, analyste, Service d'information et de recherche parlementaires de la Bibliothèque du Parlement.

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le mardi 19 octobre 2004, le comité poursuit son examen de l'état actuel des industries de médias canadiennes. (*Le texte complet de l'ordre de renvoi figure au fascicule n° 1 des délibérations du comité du 7 octobre 2004.*)

Conformément à l'alinéa 92f) du Règlement, le comité examine une ébauche de rapport.

À 20 h 25, il est convenu que le comité suspende ses travaux jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

ATTESTÉ :

REPORT OF THE COMMITTEE

Tuesday, November 22, 2005

The Standing Senate Committee on Transport and Communications has the honour to present its

NINTH REPORT

Your Committee, to which was referred Bill C-37, An Act to amend the Telecommunications Act, has, in obedience to the Order of Reference of Wednesday, November 2, 2005, examined the said Bill and now reports the same with the following amendments:

1. *Page 2, clause 1:* Replace line 28 with the following:
"before each House of Parliament on any of the".
2. *Page 5, clause 2:* Replace lines 12 to 16 with the following:

"commits the violation is liable

(a) in the case of an individual, to an administrative monetary penalty of up to \$1,500; or

(b) in the case of a corporation, to an administrative monetary penalty of up to \$15,000."

Your Committee has also made certain observations, which are appended to this report.

Respectfully submitted,

La présidente,

JOAN FRASER

Chair

Observations to the Ninth Report of the Standing Senate Committee on Transport and Communications

Your Committee notes that a three-year review of this legislation will be conducted by Parliament and that the Canadian Radio-Television and Telecommunications Commission (CRTC) will be engaging in wide-ranging consultations in preparation for the implementation of the legislation. As part of this exercise, the CRTC should gather information and prepare recommendations for ways in which the legislation could accommodate calls based on personal relationships, business-to-business calls, and calls based on referrals.

Your Committee further notes that particular attention must be given, in the CRTC regulation-development process, to clarifying what constitutes a "pattern of abuse" which would be considered a violation of this legislation. This issue was raised by a witness from the CRTC during your Committee's hearings.

Finally, your Committee emphasizes the importance, in preparing for the three-year review, of the CRTC collecting statistics on complaints made under the legislation, including complaining about calls that are exempt.

RAPPORT DU COMITÉ

Le mardi 22 novembre 2005

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications a l'honneur de présenter son

NEUVIÈME RAPPORT

Votre Comité, auquel a été déféré le projet de loi C-37, Loi modifiant la Loi sur les télécommunications, a, conformément à l'ordre de renvoi du mercredi 2 novembre 2005, étudié ledit projet de loi et en fait maintenant rapport avec les amendements suivants :

1. *Page 2, article 1 :* Substituer la ligne 28 par ce qui suit :
« rapport devant chaque chambre du Parlement dans ».
2. *Page 5, article 2 :* Substituer les lignes 12 à 16 par ce qui suit :

« son auteur à une pénalité dont le montant peut atteindre :

a) dans le cas d'une personne physique, 1 500 \$;

b) dans le cas d'une personne morale, 15 000 \$. ».

Votre Comité a aussi effectué des observations qui sont annexes au présent rapport.

Respectueusement soumis,

Observations annexées au neuvième rapport du Comité sénatorial permanent des transports et des communications

Le Comité précise qu'un examen de ce projet de loi sera effectué par le Parlement trois ans après l'adoption de la loi et que le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) mènera une vaste consultation en prévision de la mise en œuvre de la législation. Dans le cadre de cette démarche, il convient que le CRTC réunisse des informations et prépare des recommandations sur la façon d'autoriser dans la législation les appels personnels, les appels entre entreprises et les appels faits sur la recommandation d'une personne.

Le Comité indique également qu'au cours du processus d'élaboration de règlements par le CRTC, il faudrait s'attacher particulièrement à préciser ce qui constitue une « tendance à l'abus » qui serait considérée comme une violation de la loi. Cette question a été soulevée par un témoin du CRTC qui a comparu durant les audiences tenues par le Comité.

Enfin, le Comité souligne qu'il importe que le CRTC, lorsqu'il préparera l'examen prévu trois ans après l'adoption de la loi, réunisse des statistiques sur les plaintes déposées en vertu de la loi, y compris celles portant sur des appels soustraits à la loi.

EVIDENCE

OTTAWA, Tuesday, November 15, 2005

The Standing Senate Committee on Transport and Communications, to which was referred Bill C-37, An Act to amend the Telecommunications Act, met this day at 9:05 a.m. to give consideration to the bill.

Senator Joan Fraser (*Chairman*) in the chair.

[*Translation*]

The Chairman: Honourable senators, today we are beginning our consideration of Bill C-37, An Act to amend the Telecommunications Act.

[*English*]

For the study of this bill, Mr. Pickard, the Secretary of State to the Minister of Industry, is here this morning. He is joined by officials from Industry Canada. We have with us Mr. Michael Binder, Assistant Deputy Minister, Spectrum, Information Technologies and Telecommunications; Mr. Len St. Aubin, Senior Director, Business and Regulatory Analysis, Telecommunications Policy Branch; and Mr. Steve Williamson, Senior Advisor, Business and Regulatory Analysis, Telecommunications Policy Branch.

This bill is known as the do-not-call bill, to consider a do-not-call list concerning unsolicited telecommunications. Mr. Pickard, we are glad to have you with us.

The Honourable Jerry Pickard, P.C., M.P., Parliamentary Secretary to the Minister of Industry: With me is Glenn Sheskey. He is legal counsel for Industry Canada.

Bill C-37 before us today will help protect Canadians from unwanted telemarketing phone calls by establishing the legislative framework for the creation of a national do-not-call list. To achieve this end, the bill would provide the Canadian Radio-television and Telecommunications Commission, the CRTC, with the powers necessary to establish a more effective regime to protect consumers against unsolicited telemarketing while also protecting their privacy.

At the outset I want to assure honourable senators that we are proposing, through this bill, a proven model for regulating telemarketing.

It is similar to the model already in place in the United States and seeks to balance the wishes of Canadian consumers for privacy and protection from unwanted calls while at the same time recognizing the need for legitimate telemarketing companies to conduct their business in a regulatory framework that enables them to do so.

Let me explain the current legislation/regulatory framework governing unsolicited telemarketing. Parliament has already granted the CRTC the broad authority to regulate or prohibit unsolicited telecommunications under section 41 of the

TÉMOIGNAGES

OTTAWA, le mardi 15 novembre 2005

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications, auquel a été renvoyé le projet de loi C-37, Loi modifiant la Loi sur les télécommunications, se réunit aujourd'hui à 9 h 5 afin d'étudier le projet de loi.

Le sénateur Joan Fraser (*présidente*) occupe le fauteuil.

[*Français*]

La présidente : Honorables sénateurs, nous abordons aujourd'hui notre étude du projet de loi C-37, loi modifiant la Loi sur les télécommunications.

[*Traduction*]

Dans le cadre de notre étude de ce projet de loi, nous accueillons ici ce matin M. Pickard, secrétaire parlementaire du ministre de l'Industrie. Il est accompagné par des représentants d'Industrie Canada. Nous accueillons M. Michael Binder, sous-ministre adjoint, Spectre, technologies de l'information et télécommunications; M. Len St. Aubin, directeur principal, Analyse industrielle et réglementaire, Direction de la politique des télécommunications; et M. Steve Williamson, conseiller principal, Analyse industrielle et réglementaire, Direction de la politique des télécommunications.

Il s'agit du projet de loi sur les télécommunications qui porte sur une liste d'exclusion concernant les télécommunications non sollicitées. Monsieur Pickard, nous sommes heureux de vous accueillir.

L'honorable Jerry Pickard, C.P., député, secrétaire parlementaire du ministre de l'Industrie : Je suis accompagné de Glenn Sheskey. Il est conseiller juridique à Industrie Canada.

Le projet de loi C-37 qui vous est soumis aujourd'hui contribuerait à protéger les Canadiens contre le télémarketing non sollicité en établissant un cadre législatif pour la création d'une liste d'exclusion. Pour qu'il puisse établir cette liste, le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, le CRTC, se verrait conférer les pouvoirs nécessaires pour élaborer un système plus efficace afin de protéger les consommateurs contre le télémarketing non sollicité tout en protégeant leur vie privée.

D'emblée, je tiens à assurer les sénateurs que nous proposons dans ce projet de loi un modèle éprouvé de réglementation du télémarketing.

Il est semblable à celui qui est déjà en place aux États-Unis. C'est un modèle qui vise à respecter la volonté des consommateurs canadiens de protéger leur vie privée et de se mettre à l'abri des appels non désirés, tout en reconnaissant la nécessité que les entreprises de télémarketing légitimes puissent mener leurs activités dans un cadre réglementaire leur permettant de le faire.

Je tiens à expliquer le cadre législatif et réglementaire régissant actuellement le télémarketing non sollicité. Le Parlement a déjà conféré au CRTC des pouvoirs généraux pour réglementer ou interdire des télécommunications non sollicitées, aux termes de

Telecommunications Act. This section gives the commission the authority to prevent undue, inconvenient or nuisance calls, given due regard for freedom of expression.

In 1994, the CRTC implemented regulations that defined a telephone call as "unsolicited" when explicit consent has not been obtained from the called party prior to the call. They defined "solicitation" as selling or promoting a product or service or soliciting money or money's worth, whether directly or on behalf of another party. CRTC restrictions do not apply to unsolicited calls that do not solicit. These include, for example, calls for emergency purposes, account collection and market survey research.

Under the 1994 rules, telemarketers are required to maintain individual do-not-call lists. These are the rules now in place, but in the 10 years since they were implemented by the CRTC they have been found to be quite ineffective. First, the rules have resulted in some confusion among consumers. For one thing, few consumers know that they have the right to register on a do-not-call list and very few know how to go about doing it. Consumers who do not want to receive calls need to manage their registration on do-not-call lists of hundreds of companies and telemarketing agencies. These registrations are in place for three years, after which the consumer must register again.

The current regime is ineffective because it is difficult to enforce. When consumers receive further calls from firms for which they registered on do-not-call lists it is hard for them to prove that they have registered on a specific company list. The idea of a national do-not-call-list regime is not new. Other countries have introduced regulations to protect consumers from unwanted telemarketing calls.

In 1999, the United Kingdom passed legislation to create a telephone preference service to protect people against receiving unwanted telemarketing telephone calls or faxes. The legislation was updated in 2003 to include all telecommunications.

In 2003, the U.S. Federal Trade Commission launched a national do-not-call registry. The operation of the United States registry is straightforward. Consumers register their home telephone numbers online or via a toll-free telephone number.

For an online registration, consumers must fill out a form and confirm the information they have provided. During a telephone registration, consumers are required to use the key pad on their telephone to enter their telephone number and then it is added to the U.S. do-not-call registry.

The U.S. telemarketers are charged fees to access the registry and have to check the do-not-call database once a month to scrub names from their own call lists. Those telemarketers who do not obey the registry can be fined for non-compliance.

l'article 41 de la Loi sur les télécommunications. Cet article habilite le CRTC à prévenir toutes les nuisances et tous les inconvénients anormaux, compte tenu des impératifs de la liberté d'expression.

En 1994, le CRTC a adopté des règlements définissant un appel non sollicité comme un appel téléphonique auquel la personne appelée n'a aucunement consenti explicitement au préalable. Ils définissent par ailleurs la sollicitation comme étant la vente ou la promotion d'un produit ou d'un service, ou la sollicitation d'argent ou d'une valeur pécuniaire, directement ou indirectement, y compris les sollicitations faites au nom d'une autre partie. Les restrictions du CRTC ne s'appliquent pas aux appels non sollicités n'ayant pas la sollicitation pour objet. Par exemple, ne sont pas visés les appels faits en cas d'urgence, pour la perception de comptes, ou encore pour des études de marché et d'autres enquêtes.

Conformément aux règles de 1994, les entreprises de télémarketing doivent tenir chacune une liste de numéros à ne plus composer. Telles sont les règles actuelles. Mais au cours des dix ans où elles ont été mises en œuvre par le CRTC, elles se sont avérées inefficaces. Premièrement, les règles ont engendré une certaine confusion chez les consommateurs. Peu d'entre eux savent même qu'ils ont le droit de s'inscrire sur une liste d'exclusion, ou comment le faire. Ceux qui ne veulent pas recevoir d'appels doivent gérer leur inscription sur les listes de numéros à ne plus composer de centaines d'entreprises et d'agences de télémarketing. Ces inscriptions sont valides pour trois ans, après quoi les consommateurs doivent se réinscrire.

Le régime actuel est inefficace parce qu'il est difficile d'en surveiller l'application. Lorsque les consommateurs reçoivent de nouveaux appels après s'être inscrit sur des listes de numéros exclus, il leur est difficile de prouver qu'ils étaient effectivement inscrits sur la liste d'une entreprise précise. L'idée d'un régime d'exclusion nationale ne date pas d'hier. D'autres pays ont introduit une réglementation pour protéger les consommateurs des appels de télémarketing indésirables.

En 1999, le Royaume-Uni a adopté une législation visant à créer un service téléphonique préférentiel pour protéger les gens contre les appels ou les télécopies indésirables de marketing direct par téléphone. La législation a été mise à jour en 2003 de manière à inclure toutes les télécommunications.

En 2003, la Federal Trade Commission des États-Unis a lancé un registre d'exclusion nationale. Le fonctionnement du registre américain est simple. Les consommateurs inscrivent leur numéro de téléphone en ligne ou en téléphonant à un numéro sans frais.

Dans le cas de l'inscription en ligne, le consommateur doit remplir un formulaire et confirmer l'information fournie. Dans le cas de l'inscription par téléphone, le consommateur compose son numéro de téléphone sur le clavier de son téléphone pour l'ajouter au registre d'exclusion nationale.

Les télévendeurs américains doivent payer des frais pour avoir accès au registre et ils doivent vérifier la base de données américaine tous les mois pour effacer des noms de leurs propres listes d'appels. Les télévendeurs qui ne respectent pas le registre peuvent être mis à l'amende.

The U.S. do-not-call registry has been remarkably successful. In the first two years of operation, over 92 million telephone numbers have been registered. A Harris Interactive poll reported 92 per cent of consumers received fewer telemarketing calls and 52 per cent say they had stopped receiving telemarketing calls altogether.

Last June, a Consumer Care Alliance survey reinforced the Harris Interactive poll results, indicating that 87 per cent of consumers received fewer telemarketing calls. In fact, those who subscribed to the registry have reported unsolicited calls dropped from 30 calls per month down to 6.

Do-not-call schemes in other countries are proven systems. They are an effective way to protect consumers from unwanted telemarketing. The experience of other countries gives us examples we can use to implement a Canadian national do-not-call list.

Much like the proven system in other countries, Bill C-37 creates a do-not-call framework. The bill enables the CRTC to do three things: impose fines for non-compliance; establish a third-party administrator to operate a database; and set fees to recover costs associated with maintaining the list.

The CRTC requires legislative authority to impose administrative monetary penalties — fines on businesses that continue to make unsolicited calls to persons who have registered on a do-not-call list. Fines will act as a significant deterrent to violations.

The costs of maintaining such lists would include database maintenance, complaint processing, and investigation and enforcement costs. The CRTC has recommended that a third-party administrator be selected to maintain the national do-not-call list. The bill would amend the Telecommunications Act to allow for a third-party administrator and cost recovery. It is expected the costs will be recovered from the telemarketing industry. Although the precise cost of running the list will be dependent upon the implementation details to be determined by the CRTC, I believe proven examples from the U.S. and the U.K. show this will be a straightforward system when complete.

During the committee review stage of the bill in the House of Commons, the Standing Committee of Industry, Natural Resources, Science and Technology recommended legislative exemptions to the national do-not-call list for registered charities as defined under section 248 of the Income Tax Act, companies with existing business relationships and calls from newspapers and political parties. Exempt organizations would be required to maintain individual do-not-call lists. In addition,

Le registre américain d'exclusion a eu un succès remarquable. Au cours des deux premières années, plus de 92 millions de numéros de téléphones y ont été inscrits. Un sondage Harris Interactive a signalé que 92 p. 100 des consommateurs recevaient moins d'appels de télémarcheting et 52 p. 100 ont dit qu'ils n'en recevaient plus du tout.

En juin dernier, un sondage Consumer Car Alliance a permis d'étayer les résultats du sondage Harris Interactive en indiquant que 87 p. 100 des consommateurs recevaient moins d'appels de télémarcheting. En fait, au lieu de recevoir une trentaine d'appels non sollicités par mois, ceux qui s'étaient abonnés au registre n'en recevaient plus que six.

Les systèmes d'exclusion en place dans d'autres pays sont des systèmes éprouvés. Ils constituent des moyens efficaces de protéger les consommateurs du télémarcheting non sollicité. Et l'expérience des autres pays nous donne des exemples dont nous pouvons nous servir pour mettre en place une liste canadienne d'exclusion nationale.

Comme la plupart des systèmes éprouvés dans d'autres pays, le projet de loi C-37 permettra de créer un régime efficace d'exclusion nationale. Ce projet de loi permet au CRTC de faire trois choses : premièrement, d'imposer des amendes en cas de non-conformité; deuxièmement, de confier à un administrateur indépendant le fonctionnement de la base de données; troisièmement, de fixer des frais qui permettront de recouvrer les dépenses liées à la tenue à jour de la liste.

La loi doit conférer au CRTC le pouvoir d'infliger des sanctions pécuniaires administratives, c'est-à-dire des amendes, aux entreprises qui continuent d'appeler des personnes qui se sont inscrites sur une liste d'abonnés auto-exclus. L'application d'amendes constituera une forte mesure dissuasive contre les infractions.

La tenue à jour d'une telle liste entraînerait des coûts, y compris les frais pour la gestion de la base de données, le traitement des plaintes, la tenue d'enquêtes et l'application du régime. Le CRTC a recommandé qu'un administrateur indépendant soit désigné pour tenir à jour le registre national d'abonnés auto-exclus. Le projet de loi modifierait la Loi sur les télécommunications pour autoriser la nomination d'un administrateur indépendant et le recouvrement des coûts. On s'attend à ce que les coûts soient recouverts auprès de l'industrie du télémarcheting. Bien que le coût précis du fonctionnement d'une liste d'exclusion soit fonction du mode de mise en application, qui sera déterminé par le CRTC, les exemples que fournissent les régimes en application aux États-Unis et au Royaume-Uni démontrent qu'il s'agit d'un système simple lorsqu'il est complet.

Pendant que le comité examinait le projet de loi à la Chambre des communes, le Comité permanent de l'industrie, des ressources naturelles, des sciences et de la technologie a recommandé que la loi prévienne des exceptions en ce qui a trait à la conformité au registre national de numéros à ne pas composer : les organismes de bienfaisance conformes à la définition énoncée à l'article 248 de la Loi de l'impôt sur le revenu, les entreprises qui ont déjà établi une relation d'affaires; les journaux et les partis politiques. Les

survey and polling firms would also be exempt from the do-not-call list and would continue to be allowed to collect views of Canadians.

Once the bill has been passed, the CRTC will undertake consultations to find an administrator of the do-not-call list. It will also determine how the list will operate and how much it will cost. The CRTC expects that it will have a national do-not-call list up and running within 19 months of when the bill is passed.

The public opinion poll tells us that unsolicited telecommunications are an inconvenience and a nuisance for the majority of Canadians. In 2003, Environics conducted a survey on consumer attitudes toward telemarketing: 97 per cent of the respondents reported a negative reaction to unsolicited calls. Of those, 38 per cent said they tolerated the calls; 35 per cent said it was annoying to them; and 24 per cent said they hated them.

Bill C-37 responds to these concerns of Canadians; they are fed up with unwanted, unsolicited telemarketing calls and they want an effective solution. Based on the proven systems in other countries, for those who opt to register on a national do-not-call list, it will mean fewer mealtime interruptions and quieter evenings in the home.

Canadian consumers are overwhelmingly in favour of a national do-not-call list for controlling unwanted telephone solicitation. Survey results indicate that 79 per cent of respondents support the creation of a do-not-call list; some two thirds have indicated that they would likely sign up for the do-not-call list. This bill responds to what individual Canadians want — an easy, effective way to reduce intrusive telemarketing while protecting their privacy.

There is one last issue I would like to speak to. It has come to my attention that there was an oversight in the amendments to Bill C-37 in the other place. Proposed section 41.6(3) requires the CRTC to file an annual report on the operation of the do-not-call list. It should have specified that these reports be tabled by the minister before both Houses of Parliament. I understand a technical amendment will be proposed at the clause-by-clause stage to address this situation.

I hope you have found the overview useful, and I expect that between me and my colleagues here, we could answer questions that you may have on the do-not-call list.

Senator Tkachuk: I want to go through what this bill does. Who owns the telephone numbers in Canada? Is it I when I rent the phone or is it the telephone company?

organisations exemptées seraient obligées de tenir à jour des listes d'exclusion individuelles. En outre, les maisons de sondage seront aussi exemptées du régime d'exclusion nationale et continueraient à être autorisées à recueillir le point de vue de tous les Canadiens.

Lorsque le projet de loi aura été adopté, le CRTC entreprendra des consultations pour trouver un administrateur de la liste d'exclusion nationale. Il déterminera aussi comment fonctionnera la liste et combien elle coûtera. Le CRTC s'attend à ce que la liste d'exclusion nationale soit opérationnelle 19 mois après que ce projet de loi sera devenu loi.

Les sondages de l'opinion publique démontrent que les télécommunications non sollicitées sont dérangeantes et irritantes pour la majorité des Canadiens. En 2003, Environics a sondé l'attitude des consommateurs à l'égard du télémarketing : 97 p. 100 des répondants ont signalé qu'ils avaient une attitude négative à l'égard des appels non sollicités. De ce nombre, 38 p. 100 disaient les tolérer, 35 p. 100 disaient s'en irriter, et 24 p. 100 disaient détester en recevoir.

Le projet de loi C-37 répond aux préoccupations des Canadiens. Ils en ont assez des appels de télémarketing indésirables et ils veulent une solution efficace. Et si on en juge d'après les systèmes éprouvés dans d'autres pays, les gens qui opteront pour l'inscription à une liste d'exclusion nationale seront moins souvent interrompus à l'heure du repas et pourront passer des soirées tranquilles.

Les consommateurs canadiens sont fortement en faveur d'une liste de numéros à ne plus composer pour limiter la sollicitation téléphonique indésirable. D'après les sondages, 79 p. 100 des répondants sont en faveur de la création d'une liste d'exclusion nationale. Les deux tiers ont indiqué qu'ils s'inscriraient probablement à une liste d'exclusion nationale. Ce projet de loi répond à ce que veulent les Canadiens. Un moyen facile et efficace de réduire le télémarketing intrusif, tout en protégeant leur vie privée.

Il y a une autre question dont j'aimerais traiter. On m'informe qu'une omission s'est glissée dans une des modifications apportées au projet de loi C-37 dans l'autre endroit. Le paragraphe 41.6(3) qui exige que le CRTC remette un rapport annuel sur l'utilisation de la liste d'exclusion aurait dû préciser que ce rapport doit être déposé devant les deux Chambres du Parlement par le ministre. Je crois comprendre qu'une modification de forme sera proposée à l'étape de l'étude article par article pour remédier à la situation.

J'espère que cet aperçu vous a été utile et mes collègues et moi-même nous ferons un plaisir de répondre à vos questions à propos de la liste d'exclusion.

Le sénateur Tkachuk : J'aimerais passer en revue les dispositions de ce projet de loi. À qui appartiennent les numéros de téléphone au Canada. Ce numéro m'appartient-il lorsque je loue un téléphone ou appartient-il à la compagnie téléphonique?

Mr. Pickard: That is an interesting question; I am not sure it has been raised before. If we do not have someone who can give a direct answer now, we will find an answer for you.

Len St. Aubin, Senior Director, Business and Regulatory Analysis, Telecommunications Policy Branch, Industry Canada: The telephone companies are allocated telephone numbers to be used by subscribers. Technically, the numbers are held by the companies and can be reassigned as required. For example, when you move or change your telephone number, that number can be used by someone else several months later. To say that individual subscribers own the numbers would suggest that they can keep them forever, but that is not necessarily the case.

Michael Binder, Assistant Deputy Minister, Spectrum, Information Technologies and Telecommunications, Industry Canada: To add to that, in the era when numbers were not transportable, they were allocated globally. There was a global international agreement as to how you allocate a number and it was on a North American basis. We shared this allocation with the U.S. and some Caribbean countries. Now it has been allocated to Canada, so that Canada has the ability to use a certain set of telephone numbers. Then there is a system of allocating to the various telephone companies.

However, it is getting more complicated because we are moving into a regime where numbers are transportable. Technology allows you to carry the numbers with you, but I do not know if it is a legal property right. I think it is a kind of regulated access; but I am not a lawyer, so I am on thin ice.

Senator Tkachuk: I thought I would ask because we are saying telemarketers cannot call. However, if people themselves do not own the phone numbers, the telephone company does. That is why I wanted to clarify that.

Mr. Binder: It is more important as to the behaviour.

Senator Tkachuk: It would be helpful if we could have that information before next week's clause-by-clause consideration of the bill.

Mr. Pickard: You talked about the U.S. and, I believe, Britain having do-not-call registries. Do they have the same exemptions as we do, such as newspapers and charities?

Mr. Pickard: They have charity and survey exemptions in the U.S. I do not believe that newspapers are in the same category.

Senator Tkachuk: Are political parties exempt?

M. Pickard : C'est une question intéressante; je ne suis pas sûr qu'elle ait été déjà soulevée. Si personne ne peut vous fournir une réponse directe maintenant, nous vous fournirons cette information par la suite.

Len St. Aubin, directeur principal, Analyse industrielle et réglementaire, Direction de la politique des télécommunications Industrie Canada : Les compagnies téléphoniques se voient attribuer des numéros de téléphone qui seront utilisés par les abonnés. Techniquement, les numéros sont détenus par les entreprises et peuvent être réattribués au besoin. Par exemple, lorsque vous déménagez ou vous changez de numéro de téléphone, ce numéro peut être utilisé par quelqu'un d'autre plusieurs mois plus tard. Dire que chaque abonné est propriétaire de son numéro laisserait entendre qu'il peut le garder de façon illimitée, mais ce n'est pas forcément le cas.

Michael Binder, sous-ministre adjoint, Spectre, technologies de l'information et télécommunications, Industrie Canada : J'ajouterais qu'à une époque où les numéros n'étaient pas transportables, ils étaient attribués de façon générale. Il existait une entente internationale sur la façon d'attribuer un numéro et cette attribution se faisait à l'échelle de l'Amérique du Nord. Nous partagions cette attribution avec les États-Unis et certains pays des Caraïbes. Maintenant, ces numéros sont attribués au Canada et permettent au Canada d'utiliser un certain nombre de numéros de téléphone. Il existe ensuite un système d'attribution de numéros à diverses compagnies téléphoniques.

Cependant, la situation se complique parce que nous sommes en train de passer à un régime où les numéros sont transportables. La technologie vous permet de transporter les numéros avec vous, mais j'ignore s'il s'agit d'un droit de propriété en vertu de la loi. Je pense qu'il s'agit d'une forme d'accès réglementé; mais je ne suis pas avocat, donc je ne suis pas sûr.

Le sénateur Tkachuk : Je voulais vous poser la question parce que nous sommes en train de dire que les télévendeurs ne peuvent pas téléphoner. Cependant, si les numéros de téléphone n'appartiennent pas aux abonnés, ils appartiennent à la compagnie de téléphone. C'est pourquoi je tenais à préciser ce point.

M. Binder : Cela est plus important pour ce qui est du comportement.

Le sénateur Tkachuk : Il serait utile si nous pouvions avoir cette information avant l'étude article par article du projet de loi prévue pour la semaine prochaine.

Monsieur Pickard, vous avez parlé de l'existence aux États-Unis et en Grande-Bretagne, je crois, de registres d'exclusion. Est-ce que ces deux pays ont prévu les mêmes exemptions que nous, c'est-à-dire en ce qui concerne les journaux et les organismes de bienfaisance?

M. Pickard : Aux États-Unis, des exemptions sont prévues pour les organismes de bienfaisance et les maisons de sondage. Je ne crois pas que les journaux fassent partie de la même catégorie.

Le sénateur Tkachuk : Une exemption est-elle prévue pour les partis politiques?

Mr. Pickard: I believe that political parties are exempt in the United States. Newspapers might be the only ones not exempt in the United States that we have introduced in the bill. Newspapers were introduced into the bill because it was perceived that they constitute a public good, in that they transmit information to the public in many ways. As a teacher, I had many newspapers in the classroom to help to educate the students. In many respects, newspapers add value to society.

Senator Tkachuk: Anyone could come forward with a public-good reason to be exempt, such as people who sell drugs or cable companies. I do not understand why exemptions exist, because if people do not want to be called, they simply do not want to be called. Who or what remains after this list of exemptions is considered, the small mom-and-pop operation? How will that work for a person who owns a neighbourhood pizza takeout? Will he have to go to the national call registry to call people in his neighbourhood or will he be fined for making calls? Are you saying that we will cut him off, but newspapers, charities and political parties will be free to make those calls? How will that work?

Mr. Pickard: Many businesses, such as Bell and other large corporations, do a great deal of telemarketing in many different areas. There are high numbers of telemarketers. The obvious answer is that when we take the example of the United States, with similar exemptions to those we have placed in the bill, the reduction was from an average of 30 telephone calls per month to 6 calls per month. Obviously, there are more groups than the ones you are hearing about today. In fact, they have reduced the telemarketing calls for most people by five times, which is a huge reduction. The factual reduction is the basis upon which the bill has been designed. The drafters determined that it appeared reasonable if that reduction is indeed the actual practice.

When we discussed this with the committee in the other place, we included the operations in U.S. areas and tried to make consistent decisions, so that companies in Canada and the United States would basically have similar ground on which to work. Committee members were convinced that it was good practice to allow charities such latitude — as has been done in other jurisdictions — and it has not overburdened the telecommunication area.

Senator Tkachuk: I would disagree with you on the basis that perhaps in the United States telemarketing is utilized differently. My information is that over 60 per cent of the telephone calls in Canada are from people exempted in the bill. That is the case in my home and likely in most homes. These calls are from businesses, such as insurance companies wanting to upgrade

M. Pickard : Je crois qu'une exemption est prévue pour les partis politiques aux États-Unis. Il est possible que les journaux ne bénéficient pas aux États-Unis de l'exemption que nous avons prévue dans notre projet de loi. Nous avons prévu cette exemption pour les journaux dans le projet de loi parce que l'on considèrerait qu'ils représentent un bien public, en ce sens qu'ils transmettent de l'information au public de nombreuses façons. En tant qu'enseignant, j'utilisais en classe de nombreux journaux pour sensibiliser les étudiants. À bien des égards, les journaux jouent un rôle utile dans la société.

Le sénateur Tkachuk : N'importe qui pourrait invoquer le bien public pour réclamer une exemption, comme les entreprises qui vendent des médicaments ou les entreprises de câblodistribution. Je ne comprends pas pourquoi cette exemption existe, parce que si les gens ne veulent pas qu'on les appelle, ils ne veulent tout simplement pas qu'on les appelle. Que va-t-il rester une fois que cette liste d'exemption sera envisagée, les petites exploitations familiales? Que se passera-t-il dans le cas d'une personne qui est propriétaire d'une petite pizzeria de quartier? Devra-t-elle s'adresser à un registre national d'appel pour téléphoner aux gens de son quartier ou devra-t-elle payer une amende si elle fait des appels? Êtes-vous en train de dire qu'on l'en empêchera mais que les journaux, les organismes de bienfaisance et les partis politiques seront libres de faire ce genre d'appels? Comment le système fonctionnera-t-il?

M. Pickard : De nombreuses entreprises, comme Bell et d'autres grandes sociétés, font beaucoup de télémarketing dans de nombreuses régions. Il y a un grand nombre de télévendeurs. La réponse évidente, c'est lorsque l'on prend l'exemple des États-Unis, où il existe des exemptions similaires à celles que nous avons prévues dans le projet de loi, le nombre d'appels téléphoniques par mois est passé en moyenne de 30 à six. De toute évidence, il y a un plus grand nombre de groupes que ceux dont vous entendez parler aujourd'hui. En fait, aux États-Unis, il y a cinq fois moins d'appels de télémarketing, ce qui représente une énorme réduction. C'est en fonction de cette réduction factuelle que le projet de loi a été conçu. Les rédacteurs du projet de loi ont déterminé que cela semblait raisonnable si la réduction en question est effectivement la règle.

Lorsque nous en avons discuté avec le comité de l'autre endroit, nous avons inclus les activités dans les régions américaines et tâché de prendre des décisions uniformes afin que les entreprises au Canada et aux États-Unis aient essentiellement des règles similaires. Les membres du comité étaient convaincus qu'il était souhaitable de laisser une telle latitude aux organismes de bienfaisance, comme cela a été fait dans d'autres pays — et cela n'a pas causé de surcroît d'obligations au secteur des télécommunications.

Le sénateur Tkachuk : Là où je diffère d'opinion avec vous, c'est qu'il est possible qu'aux États-Unis, on utilise le télémarketing de façon différente. D'après l'information dont je dispose, plus de 60 p. 100 des appels téléphoniques au Canada proviennent de personnes qui font l'objet d'une exemption de la part du projet de loi. C'est le cas chez moi et probablement dans la

your coverage, or from charities, political parties, newspapers, et cetera. If you take them away, who will be allowed to call?

Mr. Pickard: Almost every business in the country that puts their name forward. The exemptions listed are consistent with those in a country that has a national do-not-call registry. There must be a similarity between what happens in U.S. cities and Canadian cities. We would use that as the rule. Most people would agree that experience is the teacher. Therefore, we have gone forward by learning from the U.S. experience.

I would also point out that if the system does not work as well as it should, because there might be some differences between Canada and the United States, then we would initiate the review mechanism recommended by the House of Commons and the committee. That review system would provide opportunity for correction as required. Obviously, when we head into new territory, we do not know what the future will hold. We begin by basing our direction on the experiences of others.

Senator Tkachuk: I would like to come back to this line of questioning later.

Senator Munson: Good morning and welcome to the committee.

I read a *Globe and Mail* article by Mr. John Ibbitson who wrote:

...Senator Tkachuk, one of that chamber's most able members, has qualms about the bill because he is concerned that the CRTC would be responsible for consulting various interests before establishing the do-not-call list, something for which, he argues, Parliament should take responsibility.

Do you think Parliament should take that responsibility?

Mr. Pickard: Thank you for the question, senator. I believe that Parliament has taken responsibility for the do-not-call list on the basis of clearly defining who would be on the exempt list. I do not believe that the bill gives that role to the CRTC. We have considered the CRTC in an administrative role. Public consultation is always important when we talk about how we administer and apply regulations of proposed legislation. That is critical. However, Parliament did take the bull by the horns, in my view, and determined that these groups would be the only groups exempted by legislative authority. That is before the committee today.

Senator Munson: Some commentators are talking about the fear or the perception that the amended bill draws parallels with the gun registry. Do you have any estimate of the costs associated with this national do-not-call bill?

plupart des foyers. Ces appels proviennent de commerces ou d'entreprises, comme des compagnies d'assurances qui veulent améliorer votre couverture, ou d'organismes de bienfaisance, de partis politiques, de journaux etc. Mis à part ces groupes, qui sera autorisé à faire des appels?

M. Pickard : Pratiquement toute entreprise au pays qui présente son nom. Les exemptions énumérées sont conformes à celles qui existent dans un pays où un registre national de numéros exclus est en vigueur. Il faut que la situation qui existe dans les villes américaines et les villes canadiennes soit similaire. C'est la règle que nous utiliserions. La plupart des gens conviennent qu'il faut tirer un enseignement de l'expérience. Par conséquent, nous nous sommes inspirés de l'expérience américaine.

Je tiens également à souligner que si le système ne fonctionne pas aussi bien qu'il le devrait, en raison de certaines différences qui pourraient exister entre le Canada et les États-Unis, nous déclencherions alors le mécanisme d'examen recommandé par la Chambre des communes et les comités. Ce mécanisme d'examen nous permettrait d'apporter les correctifs qui s'imposent. De toute évidence, lorsque l'on s'aventure sur un nouveau territoire, on ignore ce que l'avenir nous réserve. Nous avons commencé par nous inspirer de l'expérience des autres.

Le sénateur Tkachuk : J'aimerais poser d'autres questions sur cet aspect plus tard.

Le sénateur Munson : Bonjour et bienvenue au comité.

J'ai lu un article du *Globe and Mail*, rédigé par M. John Ibbitson, dans lequel il écrit ce qui suit :

[...] le sénateur Tkachuk, l'un des membres les plus compétents de cette Chambre, a des réserves à propos du projet de loi parce qu'il craint que le CRTC se voie confier la responsabilité de consulter divers groupes d'intérêt avant d'établir la liste de numéros de téléphone exclus, car, soutient-il, c'est une responsabilité qui relève du Parlement.

Croyez-vous que le Parlement devrait assumer cette responsabilité?

M. Pickard : Je vous remercie de la question, sénateur. Je crois que le Parlement a assumé la responsabilité de la liste de numéros de téléphone exclus en définissant clairement qui ferait partie de la liste d'exemption. Je ne crois pas que le projet de loi confie ce rôle au CRTC. Nous avons envisagé que le rôle du CRTC sera un rôle administratif. Il est toujours important de tenir des consultations publiques lorsque nous parlons de la façon d'administrer et d'appliquer les règlements pris en vertu d'un projet de loi. Cela est indispensable. Cependant, le Parlement a saisi le taureau par les cornes, à mon avis, et a établi que ces groupes seraient les seuls groupes exemptés en vertu de la loi. C'est ce dont le comité est saisi aujourd'hui.

Le sénateur Munson : Certains commentateurs craignent qu'on établisse un parallèle entre le projet de loi amendé et le registre des armes à feu. Avez-vous une idée des coûts que pourrait représenter la mise en œuvre du projet de loi qui crée cette liste nationale de numéros de téléphone exclus?

Mr. Pickard: There will always be those who would look at costs as a critical component. I believe that the Commons Industry Committee took a serious look at this aspect. It was suggested that as we develop the do-not-call list the CRTC have the latitude to examine the cost of administration for application back to the corporations. I suggested that the model used in the United States would be used in Canada. As well, I could suggest that the changes to the gun registry were made after the bill was passed.

Quite frankly, to reduce the negative move-forward on the gun registry, ministers decided to take the cost out of the system and have government pay for it over the first several years. The end result was a huge cost to the taxpayer. Certainly, I do not believe that mistake would be made here.

Mr. Binder: Any comparison between this scheme and the registry is outrageous. The cost in the first year of operation in the United States, according to AT&T, was \$3.5 million, just to put things in perspective. We are managing the telephone numbering system; the CRTC is managing it now, as we speak. You never hear about this because it is running well. It is being run by the CRTC and the industry without any problem.

We are not talking about anything complicated that we have to reinvent. We know how it is done. We have seen how it is done in the States. There are 100 million telephone numbers registered and it is running without problems. This is not a heavy-duty new discovery. We think we know how it will operate and we think it will be modest in cost.

Senator Munson: How will start-up companies in this industry compete with existing arrangements, existing business relationships? Are they exempt? If only companies with existing business relationships are exempt, does this not give them a competitive advantage?

Mr. Pickard: Possibly we need more explanation on existing business relationships. If a group of people have contact with an insurance company or a doctor's office or a dentist's office or whatever, you have a client relationship. To make sure that client relationship continues, there is an eighteen month time frame. If you contact clients within the eighteen months, you can go forward and set up appointments for children, dental appointments or whatever type of contact is required. It is not a means of restriction. It is a means to allow the communication that is required between corporate entities or professional people and others to keep society moving.

It has been found in other jurisdictions that that is clearly a requirement. Some professional organizations would like that to be extended, but I think the U.S. and the experience that we have seen in other jurisdictions have helped to create a timeline on that.

Again, it will be looked at as the review of this bill goes forward.

M. Pickard : Il y en aura toujours pour penser que les coûts sont un élément essentiel. Le comité de l'industrie de la Chambre des communes a fait un examen approfondi de cet aspect. On a proposé d'inclure dans les dispositions relatives à la liste d'exclusion une marge de manoeuvre permettant au CRTC d'examiner le coût d'administration des demandes et de recouvrer ces coûts auprès des sociétés. J'ai proposé que l'on applique au Canada le modèle qui existe aux États-Unis. En outre, des modifications ont été apportées au registre des armes à feu après que l'adoption du projet de loi.

Pour contrer la levée de boucliers à l'égard du registre des armes à feu, les ministres ont décidé que le gouvernement en paierait les coûts pendant les premières années. Les contribuables se sont donc retrouvés avec une facture énorme. Je ne crois pas que la même erreur serait commise dans ce cas-ci.

M. Binder : On ne peut pas comparer ce programme et le registre des armes à feu. Pour situer les coûts dans leur juste contexte, la première année, le fonctionnement de ce programme aux États-Unis a coûté 3,5 millions de dollars, d'après AT&T. Nous gérons le système des numéros de téléphone. Le CRTC gère déjà ce système. On n'en entend jamais parler, car il fonctionne bien. Ce système est géré par le CRTC et l'industrie sans aucun problème.

Nous ne parlons pas de mesures complexes qu'il faut réinventer. Nous savons comment cela se fait. Nous avons vu comment cela fonctionne aux États-Unis. Il y a 100 millions de dollars de numéros de téléphone inscrits, et le système fonctionne sans difficulté. Il ne s'agit pas d'une nouvelle découverte époustouflante. Nous savons comment le système va fonctionner et nous pensons que ses coûts seront modiques.

Le sénateur Munson : Comment les nouvelles entreprises de ce secteur pourront-elles faire concurrence à celles qui existent déjà, aux relations d'affaires préexistantes? Feront-elles l'objet d'une exemption? Si seules les entreprises qui ont déjà des relations d'affaires sont exemptées, reçoivent-elles ainsi un avantage concurrentiel?

M. Pickard : Il faut peut-être préciser ce qu'on entend par relations d'affaires établies. Les gens peuvent avoir des relations d'affaires avec une société d'assurance, un médecin ou un cabinet de dentiste, par exemple. Pour que cette relation d'affaires puisse continuer, on a prévu une période de 18 mois. Pendant cette période, vous communiquez avec vos clients pour fixer des rendez-vous, que ce soit pour les enfants, pour l'examen dentaire ou pour toute autre chose. Cette mesure ne vise pas à limiter ces communications. Elle vise à permettre les communications nécessaires entre les sociétés ou les professionnels et d'autres personnes comme cela se fait normalement.

Dans d'autres pays, on a constaté que cette mesure est nécessaire. Certaines associations professionnelles voudraient que cette mesure leur soit également consentie, mais nous nous sommes fondés sur l'expérience des États-Unis et d'autres pays pour fixer une période à cet égard.

Mais dans le cadre de l'examen de ce projet de loi, cette disposition sera elle aussi examinée.

Senator Tkachuk: I have one point with regard to maintaining relationships. My optometrist says "Come back in two years" and phones me two months before my appointment to remind me that I am to be there on April 10; that is now 22 months. Is he within the eighteen-month framework?

Mr. Pickard: No, he is not. Clearly, if somebody told you to come back in 10 years, is that the same kind of scenario? It is an arbitrary number that has been set on the basis of experience, which would indicate that eighteen months was an appropriate timeline. That will be reviewed, but we could come back and say 20 years, which means nothing if you do not have some experience to put it in context.

If we find that eighteen months is not the time limit that appropriately handles most of the cases, then we could move that on, but frankly, I think it is a point of argument.

Senator Tkachuk: From the optometrist's point of view it would not be a point of argument. They are concerned about it, and that is why I bring it up.

Mr. Binder: If you have an ongoing relationship, without consent you can phone within eighteen months, but if two parties agree to an appointment, I do not think it falls under the same eighteen-month timeline. It is a contractual issue. We can give you clarification on that.

Senator Tkachuk: You are sure about that?

The Chairman: That would be excluded because this is about unsolicited telecommunications, and if you had said at your last appointment "Call me in 22 months," then you have solicited the call.

Mr. Binder: That is correct.

Senator Merchant: My unease with this kind of legislation is about interfering with commerce. I think that communication of ideas is always good for consumers.

It leads to a diversity of products and lower costs to consumers; I am talking here about legitimate commerce. Would you agree that it is good for consumers?

Mr. Pickard: When we have done our surveys and asked consumers about what they feel is best for them, they overwhelmingly have told us that this is the type of system that works. I believe when we look at the U.K. and the United States, overwhelmingly the consumers said this is a system that we appreciate. Both surveys have told us that Canadians want this system and we have statistical information from the United States and the U.K. that tells us this is very positive for consumers.

Senator Merchant: When you say "this system," to which system are you referring?

Mr. Pickard: I am referring to the do-not-call registry.

Senator Merchant: So you think consumers appreciate not having enough information? If we look at examples, I think I have to agree that this does not punish the well-established, big

Le sénateur Tkachuk : J'ai une question au sujet de ces relations d'affaires. Si mon optométriste me dit de revenir dans deux ans et me téléphone deux mois avant mon rendez-vous pour me signaler que je dois le rencontrer le 10 avril, la période est de 22 mois. Respecte-t-il la période de 18 mois, dans ce cas?

M. Pickard : Non. Si quelqu'un vous fixe un rendez-vous dans 10 ans, peut-on appliquer le même scénario? La durée de la période est arbitraire et elle a été calculée en fonction des expériences montrant que 18 mois seraient suffisants. Nous allons examiner cette disposition, mais nous pourrions fixer cette période à 20 ans, et cela n'aurait aucune signification si l'on ne se fonde pas sur une expérience quelconque.

Si l'on constate qu'une période de 18 mois n'est pas suffisante pour régler la plupart des cas, nous pourrions l'augmenter, mais j'estime que ce serait discutable.

Le sénateur Tkachuk : Ce ne serait pas discutable du point de vue de l'optométriste. Les optométristes s'inquiètent de cette disposition et c'est pourquoi j'en ai parlé.

M. Binder : Dans le cas d'une relation d'affaires, il n'est pas nécessaire d'obtenir le consentement pour téléphoner durant la période de 18 mois. Mais si les deux parties s'entendent pour fixer un rendez-vous, je ne crois pas que cette période de 18 mois s'appliquerait. C'est une question de contrat. Nous pourrions vous fournir des précisions à ce sujet.

Le sénateur Tkachuk : En êtes-vous certain?

La présidente : Ces appels seraient exclus, car le projet de loi porte sur les télécommunications non sollicitées. Si à votre dernier rendez-vous on vous a demandé qu'on vous rappelle dans 22 mois, l'appel est donc sollicité.

M. Binder : C'est exact.

Le sénateur Merchant : Ce qui me dérange dans ce type de mesure législative, c'est que l'on s'ingère dans le commerce. Les consommateurs bénéficient toujours de la communication d'idées.

Cela permet d'offrir aux consommateurs des produits variés à des coûts moins élevés; je parle du commerce légitime. Êtes-vous d'accord avec moi sur le fait que les consommateurs en bénéficient?

M. Pickard : Lorsque nous avons fait des sondages et demandé aux consommateurs ce qui valait mieux pour eux, une vaste majorité nous a répondu que c'est ce genre de système qu'il faut adopter. Lorsque nous avons examiné les systèmes britannique et américain, la majorité des consommateurs a dit apprécier ce système. Les deux sondages nous ont révélé que les Canadiens souhaitent ce système, et les données statistiques que nous avons sur les États-Unis et le Royaume-Uni montrent que ce système est une bonne mesure pour les consommateurs.

Le sénateur Merchant : Quand vous parlez de « ce système », de quel système parlez-vous?

M. Pickard : Je parle de la liste d'exclusion.

Le sénateur Merchant : Croyez-vous que les consommateurs apprécient de ne pas avoir suffisamment d'information? Si nous examinons les exemples, je dois convenir que ce système ne punit

companies. In fact, they must be happy with this kind of system. First, they are able to advertise and reach consumers in different ways because they have the means. I think this kind of system penalizes the people who want to get into the market, have a product to sell, who are not well established and maybe do not have the means to take on a big advertising campaign. This does favour the well-established businesses.

Mr. Pickard: I believe that anyone starting up a business must do as much consumer contact as possible, and there are means through media to do it.

Consumers seem to consistently agree that telephone surveys through their homes are quite intrusive. How do we balance the intrusive nature of telephone calls with new companies coming forward? I believe there are means by which new companies can do advertising. We also must realize, looking at statistics, that if 25 per cent of people say "We just hate these telephone calls," some of the calls will turn people off. The second point is that many of them just do not like them.

What the do-not-call list will do is leave those people who are receptive to the telephone calls to be contacted. If they have not registered on a do-not-call list, that is the prime territory for a new company wishing to pass information along. To me, rather than make four telephone calls and get three negative slams of the phone, it is better to call people who are receptive. There are still a large number, aside from the 25 per cent who say they would not register on the list, who would be receptive, and maybe new technologies will make it easier for new companies to reach the people they need to reach, those who will not be angry over the call.

Senator Phalen: You said there are a number of people who are receptive to these calls. Do you have any statistics on that?

Mr. Pickard: I am saying when people suggest they would not register, or if we have numbers that suggest 70 per cent of the people would register on the list, that means there is a network of people out there who feel it does not cause them much of a problem. Through the numbers that we have talked about, I would suggest that there will be a number of people who would still receive those telephone calls. Therefore, they probably would be the targeted groups.

Senator Merchant: How would you feel about an individual sunset clause because we do not know how the system will work? Everyone's name would drop off the list in five years and people would have to re-register. Do you think there might be some value in that?

Mr. Pickard: I am not sure.

Senator Merchant: People would have the opportunity in five or six years to re-register if they want to remain on the do-not-call list.

pas les grandes entreprises bien établies. En fait, elles doivent être satisfaites d'un tel système. Tout d'abord, elles ont la possibilité de faire de la publicité et de rejoindre les consommateurs par d'autres moyens, car elles ont l'argent nécessaire. Un tel système pénalise les entreprises qui veulent percer sur le marché, qui ont un produit à vendre mais ne sont pas bien établies et qui n'ont peut-être pas le moyen de lancer une grande campagne de publicité. Cette mesure privilégie les entreprises bien établies.

M. Pickard : Lorsqu'une nouvelle entreprise est lancée, elle doit rejoindre autant de consommateurs que possible, et il existe des moyens pour cela, par l'entremise des médias.

Les consommateurs s'entendent constamment pour dire que les enquêtes téléphoniques à leur domicile les dérangent beaucoup. Comment peut-on trouver un juste milieu entre le caractère intrusif de ces appels et les progrès des nouvelles entreprises? J'estime qu'il y d'autres moyens par lesquels les nouvelles entreprises peuvent faire leur publicité. Il faut aussi se rendre compte que, d'après les statistiques, 25 p. 100 disent détester ces appels. Cela signifie qu'en faisant ces appels, les entreprises se mettent ces consommateurs à dos. Deuxièmement, un grand nombre de gens n'aiment pas ces appels.

La liste d'exclusion fera en sorte que les appels ne seront acheminés qu'aux personnes qui y sont réceptives. Les personnes qui ne se sont pas inscrites sur la liste d'exclusion seront une clientèle de choix pour une nouvelle entreprise qui désire communiquer de l'information. J'estime qu'il vaut mieux rejoindre les personnes susceptibles d'accepter les appels plutôt que de se faire raccrocher au nez trois fois sur quatre. Outre les 25 p. 100 qui disent ne pas souhaiter s'inscrire sur la liste, il existe encore un grand nombre de gens prêts à recevoir les appels, et de nouvelles technologies feront en sorte qu'il sera peut-être plus facile aux nouvelles entreprises de rejoindre la clientèle visée, plutôt que les personnes qui se fâcheraient d'être dérangées.

Le sénateur Phalen : Vous avez dit qu'un certain nombre de personnes seraient susceptibles d'accepter ces appels. Avez-vous des statistiques à ce sujet?

M. Pickard : Ce que je dis, c'est que si des gens disent qu'ils ne s'inscriront pas, ou si les chiffres montrent que 70 p. 100 des gens s'inscriraient sur la liste, cela signifie qu'il reste d'autres personnes qui ne s'estiment pas dérangées outre mesure par ces appels. Les chiffres dont nous avons parlé montrent qu'un certain nombre de personnes seraient encore prêtes à recevoir ces appels téléphoniques. Par conséquent, elles seraient probablement la clientèle ciblée.

Le sénateur Merchant : Que penseriez-vous d'une disposition de temporisation pour chaque inscription, puisque nous ne savons pas comment le système fonctionnera? Les inscriptions pourraient être valables pendant cinq ans, après quoi les gens devraient s'inscrire de nouveau. Croyez-vous que ce serait une bonne idée?

M. Pickard : Je n'en suis pas certain.

Le sénateur Merchant : Les gens pourraient se réinscrire au bout de cinq ou six ans s'ils souhaitent y demeurer inscrits.

Mr. Binder: This is a case where the CRTC would hold hearings and decide on the practical management of this database. Should it be five or three years, what is the right number? You want to refresh it — people move, the numbers become stale, so you want some system of —

Senator Merchant: The individual would be responsible for re-registering.

Mr. Binder: Yes, some scheme like that. It will not be in perpetuity.

Senator Merchant: That is what I was asking.

[Translation]

Senator Tardif: Some people have expressed concerns about the impact that creating a list like this could have on call centres in various regions of the country. What do you think about these concerns?

[English]

Mr. Pickard: I come from an area with one of the larger call centres in Ontario now. Call centres are of two types. One is cold calls going out and the other receives telephone calls and administers programs. For instance, you could phone in to pay a bill with a company and they would take the payments and the various incoming calls.

Seventy-five per cent of call centres in Canada receive telephone calls. They would not be affected by this proposed legislation because it is people phoning about a company with which they have a relationship; it is client oriented.

The other 25 per cent that make the cold calls may be affected somewhat. However, again, if you have ever spent time making cold calls — and some folks in politics have done that — you will know it is a very negative process in many respects. You could end up with as many as 50 per cent of the people angry that you phoned.

I believe this will allow those call centres to continue cold calls but avoid those who would be angry, the really strong responses. I believe those would be eliminated and it would make the time spent more productive. We have discussed that with some of the call centre people and I have not heard a strong negative from them.

[Translation]

Senator Chaput: The bill explains the procedure to follow starting with the development of the list through to exemptions and penalties. Is there a clear and complete enough definition of what penalties mean and what may happen if both parties do not agree? If, for example, you say that I have not respected the procedure and I say that I did, who will decide then? How long might that take?

M. Binder: Il faudrait dans ce cas que le CRTC tienne des audiences et décide de la façon de gérer cette base de données. Comment fixer la durée de la période, devrait-elle être de cinq ans ou de trois ans? Il faut remettre la liste à jour — les gens déménagent, les numéros changent, et il faut donc un système...

Le sénateur Merchant: Chacun serait chargé de se réinscrire.

M. Binder: Oui, un système de ce genre. Il n'y aurait pas d'inscription à perpétuité.

Le sénateur Merchant: C'est ma question.

[Français]

Le sénateur Tardif: Certaines personnes ont fait part de leurs inquiétudes quant à l'incidence que la création de cette liste pourrait avoir sur les centres d'appel dans différentes régions du pays. Que pensez-vous de ces craintes?

[Traduction]

M. Pickard: Je viens d'une région qui compte l'un des plus grands centres d'appels de l'Ontario à l'heure actuelle. Il y a deux types de centres d'appels. Le premier type fait des appels à l'improviste chez les gens, et le second reçoit des appels et administre des programmes. Par exemple, on peut téléphoner à une entreprise pour payer une facture, et cette entreprise reçoit les appels et les paiements.

Les trois quarts des centres d'appels du Canada reçoivent des appels téléphoniques. Ces centres ne seront pas touchés par la mesure législative proposée car ceux qui communiquent avec eux téléphonent au sujet d'une entreprise avec laquelle ils entretiennent une relation; ces centres sont axés sur la clientèle.

L'autre quart, qui fait des appels à l'improviste, pourrait être touché dans une certaine mesure. Mais si vous avez déjà fait de tels appels — comme c'est le cas de bien des personnes en politique —, vous savez que cela peut avoir des aspects très négatifs. Il peut arriver que jusqu'à la moitié des gens soient fâchés que vous les ayez appelés.

Cette mesure permettra à ces centres d'appels à l'improviste de continuer leur travail tout en évitant les personnes qui se fâcheraient, celles qui réagissent très mal. Ces personnes seraient éliminées, et le travail des centres serait plus productif. Nous en avons discuté avec certains employés de centres d'appels, et aucun n'a réagi de façon très négative.

[Français]

Le sénateur Chaput: Le projet de loi explique la procédure à suivre en commençant par le développement de la liste jusqu'aux exclusions et aux sanctions. Y a-t-il une définition assez claire et complète de ce que veut dire une sanction et de ce qui risque d'arriver si les deux parties ne sont pas d'accord? Si par exemple vous me dites que je n'ai pas respecté la procédure et moi je vous dis que je l'ai fait, qui devra trancher à un moment donné? Cela pourrait-il prendre du temps?

[English]

Mr. Pickard: I will turn this over to our legal counsel or Mr. Binder to answer. The CRTC will appoint an administrator to set up the program and operate it. However, I believe that public hearings will be in place to look at the nuances of the type of administration that is required. Beyond that, I would like our answers to come from the officials.

Mr. Binder: If an individual is deemed not to be compliant, there is a process of appeal, either to the CRTC or the court. It is described as a procedure in the bill.

Senator Eyton: I apologize; I was a little late so I may have missed some things.

How does it work? If an individual wants to be on the do-not-call list, that is registered somewhere; then there are exemptions. There are many people who may not call that number, but there are exemptions. I take it that all of them can make those calls, notwithstanding the list, but it is an offence or it is prohibited for some businesses or parties. Are the penalties fines?

Mechanically, there is no difference. The bill is passed, and everyone can call anybody, whether they are exempt or not. It is only the prohibited calls that are subject to some kind of fine. We are not sure what those are at this stage, I suppose; is that correct?

Mr. Pickard: I will go back to legal counsel. There is a structure in place for putting together the do-not-call list. Presently, companies are required to maintain a do-not-call list. However, there are many reasons why that process does not work well. In creating a national do-not-call list on which anyone can register, corporations would be required to bring their do-not-call list up to date on a monthly basis.

Corporations are also required to keep an individual list. Corporations have to check in with the administrator of the national list and have their lists updated each month. If a person is in contravention or there are complaints, then the processes engage.

Senator Eyton: Technically, you still make the call but you are subject to some kind of penalty.

Mr. Pickard: That is correct.

Senator Eyton: What is the rationale for the exemptions? I have received calls that I did not want to receive, and I suspect I would go on the do-not-call list. However, among the most annoying are the calls from the political parties or the charities. It seems to me the charities should want to know that I do not want to hear from them, as should the political parties, because they have nil chance of being successful in their calls with someone like me. Therefore, I am saving them money, time and effort. What is the rationale for saying we can still bother you because we are a charity or a political party?

[Traduction]

M. Pickard : Je vais demander à notre conseiller juridique ou à M. Binder de répondre. Le CRTC va nommer un administrateur chargé de mettre le programme sur pied et de le faire fonctionner. Je crois toutefois qu'il y aura des audiences publiques pour examiner les détails du genre d'administration nécessaire. Pour le reste, je vais demander aux fonctionnaires de répondre.

M. Binder : Si l'on estime qu'une personne ne respecte pas les règles, il existe un processus d'appel, soit devant le CRTC, soit devant le tribunal. Cette procédure est décrite dans le projet de loi.

Le sénateur Eyton : Je vous prie d'excuser mon retard, j'ai peut-être raté de l'information.

Comment cela fonctionne-t-il? Si une personne veut s'inscrire sur la liste d'exclusion, cette liste existe quelque part; puis il y a les exceptions. Bon nombre de personnes ne pourront pas composer ce numéro, mais il y a des exceptions. Ceux qui bénéficient de ces exceptions pourront faire ces appels, sans égard à la liste, mais pour les autres entreprises ou parties, cela serait interdit et constituerait une infraction. A-t-on prévu des amendes?

Théoriquement, cette mesure ne fait aucune différence. Une fois le projet adopté, n'importe qui pourra téléphoner à n'importe qui, qu'il ait une exemption ou non. Seuls ceux qui font des appels interdits seront passibles d'amendes. Nous ne savons pas très bien quelles sont ces amendes à l'heure actuelle, je suppose? Est-ce exact?

M. Pickard : Je vais demander à notre conseiller juridique de répondre. Il existe une structure pour rétablir la liste d'exclusion. À l'heure actuelle, les entreprises doivent maintenir une liste d'exclusion. Mais le système ne fonctionne pas pour bon nombre de raisons. Une fois établie une liste d'exclusion nationale à laquelle tous les citoyens peuvent s'inscrire, les sociétés seront tenues de mettre à jour leur liste d'exclusion tous les mois.

Les sociétés doivent également conserver leur propre liste. Elles doivent consulter l'administrateur de la liste nationale et mettre leur liste à jour tous les mois. En cas de contravention à cette règle ou de plainte, le processus se met en branle.

Le sénateur Eyton : Techniquement, il est encore possible de faire l'appel, mais on est alors passible d'une peine quelconque, n'est-ce pas?

M. Pickard : C'est exact.

Le sénateur Eyton : Comment justifie-t-on les exemptions? J'ai déjà reçu des appels importants, et je pense que je m'inscrirais sur la liste d'exclusion. Cependant, les appels les plus ennuyeux sont souvent ceux des partis politiques ou des organismes de bienfaisance. À mon avis, les organismes de bienfaisance voudraient peut-être être informés de ce que je ne veux pas recevoir leurs appels, tout comme les partis politiques, car ils n'ont aucune chance de réussir à me convaincre. Par conséquent, je leur ferais économiser leur argent, leur temps et leurs efforts. Pourquoi dit-on que les organismes de bienfaisance ou les partis politiques sont autorisés à nous déranger?

Mr. Pickard: No, they cannot. If you check what we are doing with charities, if someone says they do not want those charities phoning, the charities have to maintain a do-not-call list as well. They are exempt from the national list, but if a charity phones and you say "I want to be exempt from calls from charities," they are required to maintain a list as well. The exemption is not a broad one that says there is no getting around it. It is stated that charities would have to maintain a list.

Senator Eyton: An individual list for that particular charity.

Senator Tkachuk: For that one charity.

Senator Eyton: They will not have a blanket exemption.

Mr. Pickard: Right; if a charity phones, you can stop them, basically. The reason — and I think it is a logical one — that charities were given an exemption is the public good that charities often do.

If someone from a charity or other organization annoys you, you can have it stopped.

Senator Eyton: From that particular charity.

Mr. Pickard: From any charity that calls you.

Senator Eyton: I would still receive the call.

Mr. Pickard: You can say to that charity that you would prefer they not call you again.

Senator Eyton: That would be the end of it. They would be obliged to record it.

Senator Tkachuk: Would they be fined?

Mr. Pickard: Yes.

Senator Phalen: Who would deal with the charities?

Mr. Pickard: It would be the CRTC administrator.

Senator Phalen: If you believed that you were on the call list of charities, you could appeal to the CRTC.

Mr. Pickard: That is correct. You could appeal a direct list in the same way that you could appeal the national list.

Senator Tkachuk: What would be the point of exempting charities if individuals could exempt themselves from their calls? To clarify this, if someone wanted to avoid calls from a charity telemarketer, he would have to consult the national registry first. Is that correct? Would there be a fee for consulting the national registry to ensure the exemption? In reality, you would be exempting people from the fee, not from the phone call. In other words, the newspaper would not have to check with the national registry, and therefore would not have to pay the fee. However, if

M. Pickard : Non, ils n'y sont pas autorisés. Si vous vérifiez les dispositions applicables aux oeuvres de charité, vous constaterez qu'elles doivent également maintenir une liste d'exclusion à laquelle sont inscrites les personnes qui ne veulent pas recevoir leurs appels. Ils sont exemptés de la liste nationale, mais si un organisme de bienfaisance vous téléphone, vous pouvez demander à ne plus recevoir ses appels, et il doit maintenir sa propre liste. Il ne s'agit pas d'une exemption générale et incontournable. Le projet de loi dit que les oeuvres de bienfaisance doivent maintenir leur propre liste.

Le sénateur Eyton : Cet organisme de bienfaisance devrait conserver sa propre liste?

Le sénateur Tkachuk : Il devrait avoir sa propre liste.

Le sénateur Eyton : Il n'y aura donc pas d'exemption générale pour ces organismes?

M. Pickard : C'est exact; si un organisme de bienfaisance vous téléphone, vous pouvez lui dire de ne plus rappeler. La raison pour laquelle on a accordé une exemption aux organismes de charité - et c'est une raison logique à mon avis — c'est que ces organismes offrent souvent de bons services à la population.

Si un organisme de bienfaisance ou un autre organisme vous dérange, vous pouvez demander à ne plus être appelé.

Le sénateur Eyton : Par cet organisme de bienfaisance?

M. Pickard : Par tout organisme de bienfaisance qui vous appelle.

Le sénateur Eyton : Je vais néanmoins recevoir l'appel.

M. Pickard : Vous pourrez dire à cet organisme de bienfaisance que vous préférez ne plus être appelé.

Le sénateur Eyton : Cela mettra fin au problème. L'organisme sera obligé de m'inscrire sur sa liste.

Le sénateur Tkachuk : Devra-t-il payer une amende?

M. Pickard : Oui.

Le sénateur Phalen : Qui serait chargé des cas des organismes de bienfaisance?

M. Pickard : Ce serait l'administrateur du CRTC.

Le sénateur Phalen : Si vous pensez que vous étiez inscrit sur la liste d'appel des organismes de bienfaisance, vous pourriez en appeler devant le CRTC?

M. Pickard : C'est exact. Vous pourriez en appeler d'une liste directe de la même façon que de la liste nationale.

Le sénateur Tkachuk : À quoi cela peut servir de donner une exemption aux organismes de charité si les personnes peuvent s'exclure elles-mêmes de leur liste d'appel? Permettez-moi de préciser ma pensée. Si quelqu'un veut éviter les appels de télémarketing d'un organisme de bienfaisance, il devra d'abord consulter la liste d'exclusion nationale. Est-ce exact? Faudra-t-il déboursier de l'argent pour consulter la liste d'exclusion nationale afin d'obtenir l'exemption? Dans les faits, ce sont les frais qui feraient l'objet de l'exemption, pas les appels téléphoniques.

people were to tell the newspaper that they did not want any phone calls, the newspaper would exempt them in any case. The system would exempt the fees, not the telephone call process.

Mr. Pickard: In some ways, you could say that the fee would be exempted; that is correct, senator. In addition, I believe that people's perceptions of telephone calls from charities are such that they are more acceptable than telephone calls from other groups. This is why charities have been given that opportunity. You have to remember that the consumers still have control, with latitude to say they do not wish to receive any more telephone calls from that group. The bill would provide the consumer with that determination.

Senator Tkachuk: A giver is a giver; that is how charities approach it. I do not want to imply that all charities necessarily do this, but many do the following: If they identify Senator Zimmer as a charitable person, he is known as a giver. They will pass their list of givers to another charity and that other charity will also telephone Senator Zimmer; then the list will be passed on to another charity. That is why we receive so many of these telephone calls. Once you give to one charity, your number is passed along to other charities. Hence, senior citizens receive many telephone calls from charities because they tend to give regularly.

Would one then have to exempt every charity specifically when it would be simpler to contact the national call registry?

Mr. Pickard: If you receive a telephone call, you can say immediately, without further question, please take me off your list. That is all you have to do.

Senator Tkachuk: That can be done when the Heart and Stroke Association calls, but it will pass the list on to the Cancer Society and the calls continue.

Mr. Pickard: The experience is such that if you say no, they might pass that information on. I do not know. I will not debate how they operate. It is important that the consumer have the ability to stop any telephone calls from charities.

The Chairman: Senator Tkachuk, we are out of time.

Senator Tkachuk: I do not understand why newspapers, charities and others cannot be put on the national list.

Mr. Binder: The formula on cost recovery has not been determined. It does not mean that one will be levied and the other will not. There might be a fee associated with access to the database but the CRTC will decide how the running of a

Autrement dit, un journal n'aurait pas à faire de vérification de la liste d'exemption nationale et n'aurait donc pas à payer de frais. Mais si un citoyen venait demander à un journal de ne plus être inscrit à sa liste d'appel, le journal pourra l'exclure de toute façon. C'est le système qui serait exempté des frais, pas les appels téléphoniques.

M. Pickard : D'une certaine façon, on pourrait dire qu'il y aurait une exemption des frais; c'est exact, sénateur. En outre, je crois que la population accepte plus volontiers les appels téléphoniques d'organismes de bienfaisance que ceux d'autres groupes. C'est pour cette raison que des organismes de bienfaisance ont obtenu cette exemption. Il ne faut pas oublier que ce sont les consommateurs qui demeurent aux commandes, qu'ils ont la marge de manoeuvre nécessaire pour demander à être exclus de la liste d'appel d'un groupe. Les dispositions de ce projet de loi font en sorte que c'est au consommateur d'en décider.

Le sénateur Tkachuk : Aux yeux des organismes caritatifs, un donateur est un donateur. Je ne laisse pas entendre qu'ils font tous la même chose, mais nombre d'entre eux vont considérer que le sénateur Zimmer, par exemple, est un donateur s'il a déjà fait un don de charité. Ils vont ensuite communiquer leur liste de donateurs à un autre organisme de bienfaisance, qui téléphonera au sénateur, et la liste sera de nouveau envoyée à une énième organisation caritative. C'est pour cela que nous recevons tant d'appels téléphoniques. Une fois que vous avez donné à une œuvre, votre numéro de téléphone est communiqué à d'autres. C'est ce qui explique que les personnes âgées reçoivent tant d'appels téléphoniques, car elles font assez souvent des dons.

Faudra-t-il qu'on exempte chaque société caritative une à la fois, quand il serait plus simple de le demander une seule fois au registre téléphonique national?

M. Pickard : Si vous recevez un appel, vous pouvez immédiatement demander d'être rayé de la liste, sans plus. C'est aussi simple que cela.

Le sénateur Tkachuk : On aura beau le faire, quand la Fondation des maladies du cœur vous appellera, la liste sur laquelle vous figurez passera à la Société canadienne du cancer et les appels continueront.

M. Pickard : Compte tenu de la façon dont les choses se passent, il se peut qu'on fournisse ces renseignements. Je l'ignore. Je ne vais pas discuter de la façon dont ces entreprises fonctionnent. Quoi qu'il en soit, il importe que le consommateur puisse mettre fin aux appels téléphoniques des organismes caritatifs.

La présidente : Sénateur Tkachuk, votre temps de parole est écoulé.

Le sénateur Tkachuk : Je ne vois pas pourquoi on ne pourrait pas inscrire les journaux, les organisations caritatives et d'autres sur la liste nationale.

M. Binder : La formule de recouvrement des coûts n'est pas encore établie. Cela ne signifie pas nécessairement qu'un organisme devra verser des droits et l'autre pas. Cependant, il se peut qu'on exige des droits en échange de l'accès à la base de

telemarketing business, even a charity, will be cost recovered. That has not yet been determined because it will be done on an operational basis.

Senator Tkachuk: We should know because it is important. It is not operational.

Mr. Binder: Charities did not want to fall into a black hole because consumers chose to be on the national list immediately without thinking about the implications. Charities want consumers to make their decision about being on the list on a charity-by-charity basis.

Senator Tkachuk: Government is saying that consumers might not know what they are doing. Consumers would be able to change their minds.

Mr. Binder: Charities decided that they would like such decisions to be made on a case-by-case basis. On such a basis, a consumer can say no. That is the philosophy behind the special treatment.

Senator Zimmer: Yes, consumers could simply ask charities to take them off the list. That information would be passed along to other charities, which would do the same. However, it is necessary to answer the question beyond that step: What is the time frame in which this would occur? Consumers could ask to be taken off the list, but for how long would that be effective? What would be in place beyond that? How actively would the charities comply with the wishes of the consumer? Would there be penalties for non-compliance, and who would police that?

Mr. Pickard: There would be penalties. Organizations would be required to update their lists every 30 days. It is my understanding that when a charity receives a direct indication from people that their name should be removed, the CRTC would make the final decision. I see no reason to think that it would not be immediate, although it might take a couple of days to administer the paperwork. I do not know whether that would be a requirement. I would think that immediacy would be the case in that example.

Mr. Binder: I have one point for clarification. The Personal Information Protection and Electronic Documents Act, PIPEDA, prohibits the passing of lists from charity to charity without consent.

The Chairman: Mr. Pickard, does the bill apply to unsolicited faxes?

Mr. Pickard: I do not believe that it does at this time. In the United Kingdom, for example, they have stepped it up from telephone calls to faxes and all telecommunications. Certainly, there would be an annual review and any broadening of the applications would have to be determined with time, as with any piece of legislation.

données, mais de toute façon, c'est le CRTC qui décidera de la manière dont on recouvrera les coûts d'une entreprise de telemarketing, ou même d'une organisation caritative. Cela n'a pas encore été déterminé parce qu'on le fera sur une base opérationnelle.

Le sénateur Tkachuk : Nous devrions le savoir parce que c'est important. Le système n'est pas encore opérationnel.

M. Binder : Les organismes de bienfaisance ne voulaient pas tomber dans l'oubli du fait que les consommateurs auraient choisi de s'inscrire sur la liste d'exclusion nationale sans avoir pensé aux conséquences de cette décision. Les organismes caritatifs tiennent à ce que les consommateurs prennent leur décision au cas par cas.

Le sénateur Tkachuk : Le gouvernement affirme que les consommateurs ne sauraient peut-être pas ce qu'ils font. Ils pourraient bien changer d'idée.

M. Binder : Les sociétés de bienfaisance ont décidé qu'elles aimeraient que ces décisions se prennent au cas par cas. Le consommateur pourrait quand même refuser qu'on l'appelle. Tel est d'ailleurs le principe sous-jacent du traitement spécial.

Le sénateur Zimmer : Oui, les consommateurs pourraient simplement demander aux organisations caritatives qu'on les retire de la liste d'appel. Le renseignement serait ensuite communiqué aux autres organismes du même genre, qui à leur tour rayeraient le consommateur de la liste. Il faut toutefois aller plus loin et se demander pendant combien de temps durerait une telle exclusion? Les consommateurs pourraient bien demander d'être rayés de la liste, mais combien de temps est-ce que cela durerait? Qu'y aurait-il ensuite? Dans quelle mesure est-ce que les organismes de bienfaisance se conformeraient à la décision du consommateur? Est-ce qu'on infligerait des pénalités pour inobservation, et qui se chargerait de la surveillance?

M. Pickard : Il y aurait effectivement des pénalités. Les organismes de charité seraient tenus de mettre leurs listes à jour à tous les 30 jours. Je crois comprendre que lorsque quelqu'un demanderait à une organisation de charité de le rayer de la liste des gens à appeler, c'est le CRTC qui trancherait. À mon avis, une telle demande entrerait immédiatement en vigueur, tout en reconnaissant qu'il faudrait peut-être quelques jours pour que toutes les formalités administratives soient réglées. Dans l'exemple que vous venez de citer toutefois, à mon avis, le résultat de la demande serait immédiat.

M. Binder : J'ai besoin d'un éclaircissement. La Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques interdit qu'on communique la liste des donateurs d'un organisme de charité à un autre sans le consentement préalable des intéressés.

La présidente : Monsieur Pickard, le projet de loi s'applique-t-il aux télécopies non sollicitées?

M. Pickard : Je ne crois pas que ce soit le cas actuellement. Au Royaume-Uni, par exemple, la loi, qui s'appliquait uniquement aux appels téléphoniques, couvre maintenant la télécopie et toutes les télécommunications. Évidemment, il y aurait un examen annuel et l'on étudierait tout élargissement de l'application de la loi, comme c'est le cas des mesures législatives.

The Chairman: An unsolicited fax is an unsolicited telecommunication.

Mr. Binder: The fax machine telephone number could be placed on the national registry and receive the same kind of treatment.

Senator Tkachuk: With all due deference to ministry officials, I am unsure about their comment on faxes because there are telephone lists and fax lists. Would we keep a fax list in the national registry as well? It is still unclear just how Canada compares to the United States in terms of exemptions. What are the exemptions in the U.S. and what are the exemptions in Canada?

The Chairman: I would ask departmental officials to provide the committee with written explanations of precisely how the American exemption system works, this afternoon, if possible, because I believe that does exist.

Senator Eyton: If a charity is making the call, is it affected?

Mr. Pickard: We will have an answer for you on that particular point.

The Chairman: It is frustrating, but we do thank you very much. It has been a lively and instructive session. We look forward to getting those answers from you.

Mr. Pickard: I would like to thank you, Madam Chair, and your colleagues for listening and working along with us. There are a lot of issues when new legislation comes forward and I appreciate the questions.

[Translation]

The Chairman: I would ask our next witnesses to come forward. They are representatives from the Canadian Radio-television and Telecommunications Commission.

[English]

We will have four senior representatives of the Canadian Radio-television and Telecommunications Commission, whom I invite now to come forward.

We have with us this morning Mr. Richard French, Vice-Chairman, Telecommunications; Ms. Elizabeth Duncan, Regional Commissioner for the Atlantic Region; Mr. Allan Rosenzweig, General Counsel, Telecommunications; and Mr. Gerald Lylyk, Director, Consumer Affairs. Thank you very much for joining us today.

[Translation]

Richard D. French, Vice-Chairman, Telecommunications, Canadian Radio-television and Telecommunications Commission: Madam Chairperson, we are happy to be here today. I hope that we will be in a position to help the committee and its members understand the role of the CRTC in this somewhat complex and new issue for Canada.

La présidente : Une télécopie non sollicitée est une télécommunication non sollicitée.

M. Binder : Le numéro de téléphone du télécopieur pourrait figurer au registre national et faire l'objet du même type de traitement.

Le sénateur Tkachuk : Avec tout le respect que je dois aux fonctionnaires du ministère, je ne comprends pas bien leurs observations sur les télécopieurs, car il existe des listes de téléphone et des listes de télécopieur. Y aurait-il une liste de numéros de télécopieur dans notre registre national également? Je ne comprends pas très bien non plus la situation du Canada en matière d'exemptions, par rapport à celle des États-Unis. Quelles sont les exemptions qui s'appliquent aux États-Unis et quelles sont celles qui s'appliquent chez nous?

La présidente : Je demanderais aux fonctionnaires du ministère de fournir par écrit au comité des explications sur le système d'exemptions américain, cet après-midi, si possible, car je crois qu'un tel document existe.

Le sénateur Eyton : Si c'est un organisme caritatif qui fait cet appel, est-il touché par cette mesure?

M. Pickard : Nous vous fournirons la réponse à cette question.

La présidente : C'est très frustrant, mais nous vous remercions quand même. Cette séance a été très vivante et instructive. Nous sommes impatients de recevoir ces réponses.

M. Pickard : Merci, madame la présidente, et merci à vos collègues de nous avoir écoutés et d'avoir coopéré. Il y a toujours de questions qui émergent lorsqu'une nouvelle loi est présentée et je vous remercie de vos questions.

[Français]

La présidente : Je demanderais aux prochains témoins de bien vouloir s'avancer. Il s'agit des représentants du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes.

[Traduction]

Nous entendrons aujourd'hui cinq représentants du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes et je les invite à prendre place.

Nous accueillons aujourd'hui M. Richard French, vice-président des télécommunications; Mme Elizabeth Duncan, commissaire régionale pour la région de l'Atlantique; M. Allan Rosenzweig, avocat général, Télécommunications; et M. Gerald Lylyk, directeur, Consommation. Merci d'être venus.

[Français]

Richard D. French, vice-président des télécommunications, Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications: Madame la présidente, nous sommes très heureux d'être ici aujourd'hui. J'ose espérer que nous serons en mesure d'aider le comité et ses membres à comprendre le rôle du CRTC dans ce dossier un peu complexe et nouveau pour le Canada.

[English]

I will be short because I see there is no shortage of questions and I would not want to disappoint senators. Secondly, I will simply note that the commission, after the passage of the proposed legislation, would envisage, in a parallel process, on the one hand beginning a series of public hearings with respect to the detail of the implementation of the bill and touching on some of the issues that interest senators, while at the same time preparing the administrative foundations for an independent delegate of the commission who would manage the database, given that the commission does not regard itself as an expert in managing databases.

We can discuss issues of costs and timelines, but on the whole it looks as if that process will take 19 to 24 months to complete, so that we could expect that amount of time after the passage of the bill before Canadians could register on a national do-not-call list.

There have been discussions about parallels with the gun registry. These are understandable given the name "registry," but I would second the strong view of Mr. Binder, the assistant deputy minister of Industry Canada, that the parallels are fairly fragile and this is quite a different enterprise. We would be delighted to discuss that in detail.

Finally, there have been a lot of concerns about the letter of the law and what that means for certain actors out there in Canada. Allow me to try to clarify that. It is true that if the mothers of the peewee hockey team of Corner Brook want to send the team to St. John for a tournament and they start calling the local merchants or other people in their homes, they might, technically, be in some violation of the letter of this law because they are not a registered charity. What we are looking for in this proposed legislation is a pattern of abuse by a commercial telemarketer that occasions a number of complaints and suggests to us that there is some systematic for-profit or for-gain attempt to circumvent the law in ways that invade people's privacy.

I want to emphasize that, because I appreciate that merchants need to contact their customers. We do appreciate that there are unregistered charities that do good work out there in the country; they do engage in some limited, voluntary non-remunerated telemarketing within the meaning of the law and are most unlikely to create a pattern of complaints such that we would wish to pursue them.

With those short comments, I should like to volunteer to answer any questions. I will probably pass the questions on to the experts, but I would be delighted, on behalf of the commission, to discuss this matter with the senators.

Senator Tkachuk: You used the example of the hockey team being exempt from the letter of the law. You then went on to explain that the letter of the law must be a pattern of abuse. Please help me focus here on what is the pattern of abuse. How many phone calls do you have to get? Is there a number? Can I phone

[Traduction]

Je serai bref, parce que je vois qu'il y a beaucoup de questions et je ne voudrais pas décevoir les sénateurs. Deuxièmement, je ferai simplement remarquer que le conseil, après l'adoption du projet de loi, envisagera, dans le cadre d'un processus parallèle d'une part de lancer une série d'audiences publiques sur les détails de l'application du projet de loi et de certaines questions qui intéressent les sénateurs, et d'autre part de préparer les bases administratives pour qu'un délégué indépendant du conseil puisse gérer la base de données, étant donné que le conseil ne se considère pas comme étant expert dans la gestion de bases de données.

Nous pouvons traiter des questions des coûts et des échéances, mais de manière générale, il semble qu'il faudra de 19 à 24 mois environ pour mener ce projet de loi à terme et l'on s'attend donc à ce qu'il s'écoule la même période après l'adoption du projet de loi avant que les Canadiens puissent s'inscrire sur la liste d'exclusion.

Certains ont fait des parallèles avec le registre des armes à feu. Cette comparaison s'explique par le terme « registre », mais je serais du même avis que M. Binder, le sous-ministre adjoint d'Industrie Canada, quand il affirme que ces parallèles sont fragiles et qu'il s'agit de deux choses complètement différentes. Je serais heureux d'en parler plus en détail.

Enfin, beaucoup ont exprimé leurs inquiétudes au sujet de la lettre de la loi et de son incidence sur certains acteurs au Canada. Laissez-moi essayer de vous apporter certaines précisions. Il est vrai que si les mères des joueurs d'une équipe de hockey peewee de Corner Brook veulent envoyer l'équipe à St. John's pour un tournoi et téléphonent à des commerçants locaux ou à d'autres personnes à domicile, elles pourraient, techniquement, contrevenir à la lettre de la loi, parce qu'elles ne sont pas un organisme de bienfaisance enregistré. Ce que nous voulons faire par ce projet de loi, c'est cibler les cas d'abus récurrents des télévendeurs commerciaux qui suscitent de nombreuses plaintes, ce qui semble nous indiquer que certains contreviennent à la loi de façon systématique et lucrative et que cela porte atteinte à la vie privée des gens.

Je veux insister là-dessus, parce que je comprends que les commerçants doivent contacter leurs clients. Nous comprenons également qu'il existe des organismes caritatifs non enregistrés qui font un très bon travail au pays; ils font en effet des démarches par téléphone de façon bénévole, comme le définit la loi, et qui sont peu susceptibles de susciter des plaintes qui nous obligeraient à les poursuivre.

Cela étant dit, je suis prêt à répondre à vos questions. Je laisserai sans doute les experts répondre à certaines, mais je serais ravi, au nom du conseil, de m'entretenir avec les sénateurs à ce sujet.

Le sénateur Tkachuk : Vous avez utilisé l'exemple d'une équipe de hockey qui serait exempte de la lettre de la loi. Ensuite, vous avez expliqué qu'il faut qu'il y ait des violations répétées. J'aimerais que vous m'aidiez à comprendre ce que sont des violations répétées. Combien cela exige-t-il de coups de fil?

people five times before I hit the pattern of abuse? How does that work?

Mr. French: I did not say that the mothers of the peewee hockey team of Corner Brook were exempt. They are not a charitable organization. They engage in a series of calls to other parents and to other people, and technically, they are not exempt. However, the issue as a matter of public policy would be, for us at least: Do the parents of Corner Brook who have been called rise as one and complain to the CRTC or to the national enforcement agency that there have been abusive calls in Corner Brook with sending the peewee hockey team to St. John? The answer, to me, is, highly unlikely, and therefore it is not something that would attract the attention of the enforcement agency or the commission.

Senator Tkachuk: What would?

Mr. French: A pattern of abuse that would indicate to us that a commercial telemarketing firm was involved in systematically avoiding using the database and therefore calling people on the do-not-call list.

Senator Tkachuk: It is fairly subjective, is it not?

Mr. French: It is as subjective as a policeman deciding whether or not to apply a jaywalking law or the Competition Commission deciding whether or not it is —

Senator Tkachuk: No; a person is either jaywalking or not. If he is jaywalking and there is an anti-jaywalking law, he gets a ticket; it is pretty clear.

It is important that I know as a consumer — or as a business or charity. I am a citizen. I have the right to know when you will come down on me if I do break the law. In other words, I know that if I jaywalk and I get a ticket, I can either take it to court or pay the fine; I know it is against the law.

However, you are saying “a pattern of abuse.” Tell me what it is. How does that person who is making the phone calls know? Can he get away with it once or twice? How many times does he get away with it before there is a pattern? Do you have to get 1 telephone call, or 10 or 15? How many complaints?

Mr. French: It is complaints, not phone calls, senator, is it not? If they are phone calls, we will not know about them; if they are complaints, we will. The elements that would guide us — and we will discuss in a public hearing what will be applied and what will not, what kinds of behaviours ought to be subject to coercive or enforcement action and what kinds of behaviour are passed to the side — are, first, it would have to be a series of complaints, probably 10, 15, 20, which would indicate to us —

Senator Tkachuk: How many?

Existe-t-il un chiffre précis? Est-ce que je peux appeler quelqu'un cinq fois avant qu'il s'agisse de violations répétées? Comment est-ce que cela fonctionne?

M. French : Je n'ai pas dit que les mères des joueurs de l'équipe de hockey peewee de Corner Brook étaient exemptées. Il ne s'agit pas d'un organisme caritatif. Si ces personnes appellent d'autres parents ou d'autres personnes, techniquement, elles ne sont pas exemptées. Cependant, la question, d'un point de vue de politique publique, serait la suivante, pour nous : Est-ce que les parents de Corner Brook qui ont été contactés se sont insurgés et se sont plaints auprès du CRTC ou de l'organisme national d'application de la loi pour dénoncer ces appels abusifs à Corner Brook au sujet du voyage de l'équipe de hockey peewee à St. John's? Selon moi, il y a très peu de chance que ce soit le cas et, par conséquent, cela n'attirera pas l'attention de l'organisme en question ou du conseil.

Le sénateur Tkachuk : Qu'est-ce qui attirerait son attention?

M. French : Des violations répétées qui indiqueraient qu'une entreprise de télévente commerciale éviterait systématiquement d'avoir recours à la base de données et appellerait par conséquent les personnes qui figurent sur cette liste d'exclusion.

Le sénateur Tkachuk : C'est assez subjectif, non?

M. French : Tout comme la décision d'un policier d'appliquer ou non la loi sur la traversée illégale de la chaussée, ou comme la Commission de la concurrence qui décide si oui ou non...

Le sénateur Tkachuk : Non. Soit une personne a traversé la rue de façon illégale, soit elle ne l'a pas fait. Si elle l'a fait et qu'il existe une loi contre la traversée illégale, cette personne a une contravention; c'est assez clair.

Pour moi, en tant que consommateur, ou en tant qu'entreprise ou organisme caritatif, il est important de comprendre. Je suis un citoyen. J'ai le droit de savoir quand je serai poursuivi si je contreviens à la loi. En d'autres mots, je sais que si je traverse la rue illégalement, j'aurai une contravention, et je peux soit la contester devant les tribunaux, soit payer l'amende; je sais que c'est illégal.

Cependant, vous dites « des violations répétées ». Expliquez-moi ce que ça veut dire. Comment est-ce que la personne qui fait ces appels peut le savoir? Est-ce qu'on lui laisse une ou deux chances? Combien de chances lui laisse-t-on avant que l'on détermine qu'il s'agit de violations répétées? Suffit-il d'un appel, de dix? De quinze? Combien faut-il de plaintes?

M. French : Il s'agit de plaintes, pas d'appels, sénateur, n'est-ce pas? S'il s'agit d'appels, nous n'en avons pas connaissance; et si ce sont des plaintes, nous sommes au courant. Les éléments qui détermineront cela — et nous discuterons au cours d'une audience publique de ce qui sera appliqué ou non, du type de comportement qui exige des méthodes coercitives et des comportements pour lesquels on peut fermer les yeux — seront, d'abord, d'examiner s'il y a eu une série de plaintes, peut-être 10, 15, 20, ce qui indiquera...

Le sénateur Tkachuk : Combien de plaintes?

Mr. French: As I said, we will have public hearings.

Senator Tkachuk: So that has not been decided?

Mr. French: It is not in the legislation, senator. Second, we would be interested in the kind of behaviour that seemed to us to involve a commercial telemarketing company whose purposes were to avoid or ignore the do-not-call list. If those two elements could be taken together, then probably we would have a situation that we would want to pursue. However, I repeat, this would be subject to the views of consumer groups, direct marketing organizations, telecom companies and others who will participate in the public hearings.

Senator Tkachuk: All right. I will pass and come back to it, maybe. I am quite confused now.

[Translation]

Senator Tardif: The CRTC already has some experience in administration. Could you say a few words about how your administration works? I understand that, for example, you administer a telephone system. How does that work?

Mr. French: Are you referring to our telemarketing regulations?

Senator Tardif: Yes.

[English]

Mr. French: Mr. Lylyk, would you help the committee to understand our past experience in the regulation of telemarketing, please?

Gerald Lylyk, Director, Consumer Affairs, Canadian Radio-television and Telecommunications Commission: Throughout the years, there have been various proceedings and decisions dealing with telemarketing and there are specifics in place today.

Our concern has been enforcement. We find that, in certain instances, there is confusion with respect to what is in place. On a going-forward basis, we think that these issues could be more appropriately addressed by a do-not-call list.

[Translation]

Senator Tardif: Your experience also extends to administering other systems. The proposed national list is a new project. You also have past experience in administration. For example, you manage a telephone number system. Is that going well?

[English]

Mr. Lylyk: That is correct. We would like to draw upon those experiences. In the model that we are looking at — and we have had an independent consultant look at this for us — we would like to draw upon our experiences with, for instance, a local

Mr. French : Comme je l'ai dit, nous tiendrons des audiences publiques.

Le sénateur Tkachuk : Donc, cela n'a pas été déterminé?

Mr. French : Ce n'est pas dans la loi, sénateur. Deuxièmement, nous nous intéressons au genre de comportements qui semblent impliquer une entreprise de télémarketing commercial qui cherche à éviter ou à ignorer la liste d'exclusion. Si ces deux éléments sont réunis, nous aurons sans doute une situation qui exigerait une poursuite. Cependant, je tiens à répéter que nous tiendrons des audiences publiques auxquelles participeront des groupes de défense des consommateurs, des organismes de marketing direct, des compagnies de télécommunications et d'autres.

Le sénateur Tkachuk : Très bien. J'ai terminé, mais j'y reviendrai peut-être plus tard. Je suis un peu déconcerté, pour l'instant.

[Français]

Le sénateur Tardif : Le CRTC a déjà une certaine expérience en administration. Pourriez-vous nous parler un peu du fonctionnement de votre administration? Je crois comprendre que vous administrez, par exemple, un système téléphonique. Comment est-ce que cela fonctionne?

Mr. French : Est-ce qu'on parle de notre réglementation dans le domaine du télémarketing?

Le sénateur Tardif : En effet.

[Traduction]

Mr. French : Monsieur Lylyk, pouvez-vous aider le comité à comprendre quelle a été notre expérience en ce qui concerne la réglementation du télémarketing, s'il vous plaît?

Gérald Lylyk, directeur, Consommation, Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes : Au cours des années, nous avons connu diverses procédures et décisions relatives au télémarketing et aujourd'hui, il y a des éléments précis qui s'appliquent.

Notre problème concernait l'application de la loi. Dans certains cas, nous trouvons qu'il y a une certaine confusion sur ce qui existe. Nous sommes d'avis que pour progresser, nous avons besoin d'une liste d'exclusion pour régler ces problèmes de façon plus appropriée.

[Français]

Le sénateur Tardif : Votre expérience s'étend également à l'administration de d'autres systèmes. Cette liste nationale qui est proposée est un nouveau projet. Vous avez également eu des expériences antérieures en administration. Vous gérez, par exemple, un système de numéros de téléphone. Est-ce que cela va bien?

[Traduction]

Mr. Lylyk : C'est exact. Nous aimerions tirer profit de ces expériences. En vertu du modèle que nous envisageons et nous avons demandé à un consultant indépendant de l'étudier pour nous — nous aimerions tirer parti de nos expériences en utilisant,

number portability consortium, the numbering administration consortium. We would see a consortium as a key aspect of this. We would also see a list operator as a key aspect.

While we have expertise, it is not specifically in the context of databases. It is in those areas that we would see ourselves working with the consortium and the list operator and drawing upon the experiences of the U.S. and U.K. lists. Our independent consultant has looked at these issues as well and has advised us on them.

Senator Tardif: What do you mean by "the consortium"? What would that represent in this case?

Mr. Lylyk: One recommendation that was put forward to us was for a consortium of interested parties made up of, for instance, telemarketers, consumer organizations and service providers. Their first role or responsibility would be to determine the list operator for this venture; but they would have ongoing functions, some of which would be addressed and determined in the context of the public proceeding that Mr. French has referenced. There would be roles and responsibilities of oversight to ensure that the list operator and the various people involved, from the consumer registrants to the telemarketer, are operating and being treated in a fair and equitable manner.

Senator Munson: I am curious about how your communications plan will work. What kind of program do you have for setting this up? You have heard a lot of questions this morning and people are rather irritated about the exemptions, and so on. Some people feel it is a watered-down list and some are confused about what they are about to buy into. How do you tell Canadians in a very simple manner what this is all about?

Mr. Lylyk: One of the things that we have looked at in the context of the experiences of other jurisdictions is a public awareness campaign. In fact, we had our independent consultant budget for this. For example, a public awareness campaign was pulled together for the U.S. do-not-call list. We would see the list operator doing that; but again, there would be oversight by this consortium and we would have a role to play as well.

The specifics of this public awareness campaign have not been addressed. However, it is clear that the rules and such that will be coming out of this public notice proceeding that Mr. French has talked about will have to be clearly communicated; people will have to know what is at stake and what penalties apply. That is a key aspect of what our independent consultant was asked to look at, but the details of that have not been addressed yet.

Senator Munson: Speaking of penalties, we are walking around the issue, unless I am missing something in the bill. What kind of penalties are we talking about? What kind of serious money are we getting into to penalize people who abuse this list?

par exemple, un consortium de la transférabilité des numéros locaux, le consortium de l'administration de la numérotation. Selon nous, un tel consortium serait un élément clé. Nous pensons également qu'il faut une personne responsable de ces listes.

Nous avons de l'expertise, mais pas nécessairement dans le domaine des bases de données. C'est dans ce domaine que nous voulons travailler avec le consortium et la personne responsable de la liste et tirer des leçons des expériences américaines et britanniques. Notre consultant a également étudié ces questions et nous a fourni des conseils là-dessus.

Le sénateur Tardif : Que voulez-vous dire par « consortium »? Qu'est-ce que ça veut dire, ici?

M. Lylyk : On nous a recommandé de créer un consortium des parties intéressées composé, par exemple, de télévendeurs, d'organismes de défense des consommateurs et de fournisseurs de services. Leur rôle ou responsabilité serait d'abord de déterminer qui serait responsable de cette liste dans le projet. Ils auraient également d'autres fonctions, qui seront déterminées dans le cadre des audiences publiques dont M. French a parlé. Ce consortium aurait un rôle et une responsabilité de surveillance de façon à s'assurer que la personne responsable de cette liste et les personnes impliquées, du déposant au télévendeur, sont traitées de façon équitable et juste.

Le sénateur Munson : J'aimerais savoir comment fonctionnera votre plan de communication. Quel genre de programme envisagez-vous pour mettre tout cela en place? Vous avez entendu beaucoup de questions ce matin et les gens sont assez mécontents des exemptions, etc. Certains pensent qu'il s'agit d'une liste édulcorée et d'autres ne savent pas trop dans quoi ils s'embarquent. Pouvez-vous dire aux Canadiens, en termes simples, ce dont il s'agit?

M. Lylyk : En examinant ce qui s'est fait ailleurs, nous avons pensé à une campagne de sensibilisation du public. En fait, nous avons un budget réservé pour cela. Par exemple, une campagne de sensibilisation du public a été lancée aux États-Unis, lorsque la liste d'exclusion a été présentée. Nous aimerions que ce soit le cas pour notre personne responsable de la liste. Encore une fois, le consortium exercerait un rôle de surveillance et nous aurions également notre mot à dire.

Les détails de cette campagne de sensibilisation n'ont pas encore été étudiés. Cependant, il est clair que les règles et les autres éléments qui découleront des audiences publiques dont M. French a parlé devront être clairement communiqués; il faut que les gens comprennent ce qui est en jeu et connaissent les sanctions qui s'appliqueront. C'est un élément clé que notre consultant indépendant a étudié, mais nous n'en connaissons pas encore les détails.

Le sénateur Munson : Parlant d'amendes, nous tournons autour du pot, à moins que j'aie mal compris le projet de loi. De quelle sorte de pénalités parle-t-on? Quelle sera l'importance des sommes, si l'on veut pénaliser ceux qui font un mauvais usage de cette liste?

Allan Rosenzweig, General Counsel, Telecommunications, Canadian Radio-television and Telecommunications Commission: In every contravention, the party, in the case of a corporation, is subject to an administrative monetary penalty of \$15,000. This is modeled on the U.S. legislation, where it is U.S. \$11,000. It is considered a sufficient deterrent and is not a punitive amount.

Senator Munson: Speaking of costs, we have not heard any numbers on what it will cost to implement this program. I know that the previous witness used the word "outrageous," that this cannot be like the gun registry, and so on. However, Canadian taxpayers are always worried about money. Do you have any idea what it will cost, both for a communications plan and implementing this right down the line?

Mr. French: We think the run rate will be between \$5 million and \$7 million a year. The expectation would be that that money would be recovered in the fees charged to telemarketers for downloading the lists from the national do-not-call list. For example, let us take an area code; they would have the complete list of the phone numbers in that area code and would have to remove the numbers on the national do-not-call list; they would call the balance of the numbers in the area code, assuming they wanted to cover that area. The price to the telemarketer would be calibrated to recover those costs.

There would be a small, additional annual cost for the CRTC's role in overseeing this activity. It would be recovered in the same way as the CRTC's existing costs — from the telecommunications operators.

The Chairman: I have a supplementary question. Have you any idea how many firms would be involved in this proposed \$9-million cost?

Mr. French: In effect, you are asking how many telemarketers there would be.

The Chairman: Yes.

Mr. Lylyk: We do not have an exact number, although it would be substantially fewer than in the U.S. In the context of information provided to us by our independent consultant, initial estimates were subject to a check. The consultants' initial estimate was 6,000 to 10,000 telemarketers who would be downloading. This figure was built into some of his estimates.

The consultant was cognizant of the fact that our system would be significantly smaller than the U.S. system. The number of expected registrations in year one would be 8 to 10 million, as opposed to 82 million in the U.S. at the end of 2004.

Senator Merchant: How would this proposed legislation affect the offshore telemarketers? I receive many telephone calls from an offshore telephone company. How would they fit into this?

Allan Rosenzweig, avocat général, Télécommunications, Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes : Toute société qui se rend coupable d'une infraction est passible d'une sanction administrative pécuniaire de 15 000 \$. Cette mesure se fonde sur la loi américaine, où la sanction est de 11 000 \$US. On estime que cette somme est suffisante pour dissuader de commettre des infractions, sans être une mesure punitive.

Le sénateur Munson : Au sujet des coûts, nous n'avons pas entendu de chiffres sur ce qu'il en coûtera pour mettre ce programme en oeuvre. Je sais qu'un témoin précédent a utilisé le mot « monstrueux », qu'il ne faut pas se retrouver avec un autre registre des armes à feu, etc. Mais je sais que les contribuables canadiens sont toujours préoccupés par l'argent. Avez-vous une idée des coûts qu'il faudra payer pour élaborer un plan de communication et mettre en oeuvre toutes ces mesures?

M. French : Nous estimons que les coûts de fonctionnement seront de 5 à 7 millions de dollars par année. On s'attend à ce que cet argent soit recouvré au moyen des frais imposés aux télémarketeurs pour le téléchargement des listes à partir de la liste d'exclusion nationale. Prenons l'exemple d'un indicatif régional; les télémarketeurs auraient la liste complète des numéros de téléphone de cet indicatif régional et devraient en retirer les numéros inscrits sur la liste d'exclusion nationale, ils pourraient composer les numéros de cet indicatif régional qui restent, en supposant qu'ils veulent couvrir cet indicatif. Le prix chargé aux télémarketeurs serait calculé de façon à recouvrer ces coûts.

À cela s'ajouteraient des frais annuels supplémentaires minimes pour payer la surveillance exercée par le CRTC. Ces frais seraient recouverts de la même façon que les coûts actuels du CRTC — c'est-à-dire auprès des exploitants de télécommunications.

La présidente : J'ai une question supplémentaire. Savez-vous combien d'entreprises sont prises en compte dans ce coût proposé de 9 millions de dollars?

M. French : Ce que vous voulez savoir, c'est combien il y aurait de télémarketeurs?

Le président : Oui.

M. Lylyk : Nous n'avons pas de chiffres exacts, même si leur nombre serait beaucoup moins élevé qu'aux États-Unis. D'après les renseignements que nous a fournis notre expert-conseil indépendant, il faudrait vérifier l'estimation initiale. L'estimation initiale de l'expert-conseil était que de 6 à 10 000 télémarketeurs téléchargeraient des données. Ce chiffre a servi de base à certaines de ces estimations.

L'expert-conseil savait que notre système serait beaucoup moins étendu que le système américain. Le nombre des inscriptions prévues la première année serait de 8 à 10 millions, par opposition aux 82 millions d'inscriptions aux États-Unis à la fin de 2004.

Le sénateur Merchant : Comment cette mesure législative s'appliquera-t-elle aux télémarketeurs étrangers? Je reçois de nombreux appels téléphoniques d'une société de téléphone étrangère. Comment ces sociétés seront-elles touchées?

Mr. Rosenzweig: We consider a telemarketer that calls a Canadian in Canada to have a large connection with Canada, and so the bill should apply to them. Of course, there are practical considerations in dealing with offshore firms or firms in the United States, such as whether they have assets in Canada against which one could execute, et cetera. Those issues always arise.

Senator Merchant: How would such companies be penalized for non-compliance with consumers' wishes? I have said no to one firm that continues to call me most evenings. When I said "Do not call" to one telemarketer, he said that he would call me in the morning so that I could have the night to think about it.

Mr. Rosenzweig: If you were on the national do-not-call list you would be entitled to complain, which would initiate contemplation of enforcement action should a sufficient number of complaints about that telemarketer be received. If the telemarketing company has assets in Canada, something could be done to enforce the penalty.

Senator Merchant: If they do not have Canadian assets, then nothing could be done.

Mr. Rosenzweig: That matter is unclear at this time.

Mr. French: Senator, we are in conversations with the Federal Trade Commission and the Federal Communications Commission. It is clear that should there be problems of extra-territorial enforcement, we would find ways to work with our American colleagues to ensure that they are resolved in both directions.

Senator Merchant: I presume that people with unlisted telephone numbers do not receive such calls. Many people work from cell phones, and I presume that they are not bothered by telemarketers. Many telephones have call display to help recipients avoid certain calls.

You said that we are including faxes, but what about emails? Why not include all methods used by these advertisers to contact consumers?

Mr. French: The panel of witnesses that preceded us today is responsible for proposing legislation to Parliament. They are working on the problem of spam. It is different from the one with which we are coping at the moment. The CRTC is not responsible for the spam issue. Unfortunately, I have to give you a bureaucratic answer and suggest that you ask the departmental officials who preceded us.

Senator Merchant: Are faxes included?

Mr. French: Yes, to the extent that if a fax number were in the registry, it would not be called. Other things could likely be done

M. Rosenzweig : Nous estimons qu'un télémarketeur qui appelle un Canadien au Canada est largement relié au Canada, et donc le projet de loi s'appliquera à ce télémarketeur. Il faut néanmoins tenir compte de considérations pratiques dans le cas d'entreprises étrangères ou américaines, entre autres savoir si l'entreprise possède au Canada des biens contre lesquels les mesures pourraient être exécutées, etc. Ces problèmes peuvent toujours se poser.

Le sénateur Merchant : Comment ces entreprises pourraient-elles être pénalisées si elles vont à l'encontre des vœux des consommateurs? J'ai dit à une entreprise que je ne voulais plus être appelé, mais elle continue de m'appeler presque tous les soirs. Quand j'ai dit à un télémarketeur que je ne voulais pas être appelé, il m'a répondu qu'il me rappellerait le lendemain afin que la nuit me porte conseil.

Mr. Rosenzweig : Si vous étiez inscrit à la liste d'exclusion nationale, vous auriez le droit de déposer une plainte, et des mesures d'application de la loi pourraient être envisagées si un nombre suffisant de plaintes étaient reçues au sujet de ce télémarketeur. Si le télémarketeur possède des biens au Canada, des mesures pourraient être prises pour exécuter la sanction.

Le sénateur Merchant : Mais s'ils n'ont pas de biens au Canada, rien ne sera fait.

M. Rosenzweig : Nous ne le savons pas vraiment pour l'instant.

M. French : Sénateur, nous discutons avec la Federal Trade Commission et la Federal Communication Commission. S'il y avait des problèmes d'application des lois à l'extérieur de notre territoire, nous trouverions certainement le moyen de collaborer avec nos collègues américains pour que les problèmes soient résolus dans nos deux pays.

Le sénateur Merchant : Je suppose que les personnes dont le numéro de téléphone n'est pas inscrit dans l'annuaire ne reçoivent pas de tels appels. Bien des gens utilisent des téléphones cellulaires, et je suppose qu'ils ne sont pas non plus dérangés par les télémarketeurs. Grâce aux afficheurs téléphoniques, bon nombre de personnes peuvent également éviter certains appels.

Vous avez dit que les mesures s'appliqueraient également aux télécopieurs, mais qu'en est-il des courriels? Pourquoi ne pas inclure tous les moyens utilisés par ces entreprises pour communiquer avec les consommateurs?

M. French : Le groupe de témoins qui nous a précédé aujourd'hui est chargé de proposer une mesure législative au Parlement. Ce groupe cherche des solutions au problème des pourriels. C'est un problème différent de celui que nous essayons de régler pour l'instant. Le CRTC n'est pas chargé de corriger le problème des pourriels. Malheureusement, je suis obligé de vous donner une réponse bureaucratique. Vous devriez peut-être poser la question aux fonctionnaires du ministère qui nous ont précédés.

Le sénateur Merchant : Les télécopieurs sont-ils inclus?

M. French : Oui, dans la mesure où un numéro de télécopieur est inscrit sur la liste d'exclusion. D'autres mesures pourraient

if faxes become a more serious problem. Bill C-37 authorizes the power to deal with faxes. That is the fair message at this time.

[Translation]

Senator Chaput: I put myself in my parents' shoes, older people who receive a number of unsolicited telephone calls. If I understand correctly, if my father receives the telephone call, he can say that he is not interested and that he does not want to be called again.

[English]

You have said that if consumers were to receive such telephone calls, you would not know about it unless a "series of complaints" were made. Does that mean a consumer would be required to lodge a complaint? How many times would that complaint have to be made before a consumer would stop receiving such telephone calls?

[Translation]

Mr. French: First of all, your father could be registered on the do-not-call list, and that being the case, any call he receives apart from the exemptions would, by definition, be a prohibited call and therefore subject to our monitoring.

Once a complaint is lodged, we become aware of the phenomenon. We receive about 9,000 or 10,000 comments and complaints each year. Our experience shows that abuse is not at the individual level, but at the corporate level, which bothers a number of individuals, including some who lodge complaints. These complaints are what guide us in the steps to take for using our resources for identification and charges.

Senator Chaput: If I understand you correctly, it is large companies that abuse the ordinary citizen.

Mr. French: What is unfortunate is that it does not have to be a large company. It can be a very small company that makes a lot of calls and that bothers a lot of people. The people who create the problems and are being targeted by this legislation are not the Bank of Montreal or Bell Canada, but rather fly-by-night telemarketing companies that operate with a short-term perspective, for short-term profits.

The clients of these companies will probably be rather small firms that are not very well informed and do not really know what they are venturing into and who were probably pushed into telemarketing by the aggressive sales tactics of the telemarketer himself.

That is the type of company that we are going to catch in our net and that we hope to control. The others will continue, but will be knowledgeable of the law, will proceed in an orderly manner in full awareness of their responsibilities and obligations.

probablement être prises si le problème des télécopieurs s'aggravait. Le projet de loi C-37 confère le pouvoir de traiter le problème des télécopieurs. C'est ce que nous en disons pour l'instant.

[Français]

Le sénateur Chaput : Je me mets dans les souliers de mes parents; les personnes âgées qui reçoivent beaucoup d'appels téléphoniques non sollicités. Si je comprends bien, si mon père reçoit cet appel téléphonique, il peut dire qu'il n'est pas intéressé et qu'il ne veut plus qu'ils appellent.

[Traduction]

Vous avez dit que si les consommateurs recevaient de tels appels, vous n'en seriez pas informés à moins de recevoir une série de plaintes. Cela signifie-t-il que les consommateurs devraient déposer une plainte? À combien de reprises une même plainte devrait-elle être faite avant qu'un consommateur cesse de recevoir ces appels?

[Français]

M. French : D'abord, votre père pourrait être enregistré sur la liste pour ne plus être appelé et, à ce moment-là, tout appel qu'il reçoit en dehors des exemptions serait par définition un appel prohibé et donc assujéti à notre surveillance.

Dans la mesure où une plainte est déposée, nous devenons conscients de ce phénomène. Nous recevons à peu près 9 000 ou 10 000 commentaires et plaintes par année. Notre expérience nous démontre que l'abus ne se situe pas au niveau de l'individu mais au niveau d'une entreprise qui embête beaucoup d'individus, dont une certaine partie portera plainte. Ce sont ces plaintes qui nous guideront dans la direction à suivre pour l'application de nos ressources de recherche et de poursuite.

Le sénateur Chaput : Si je comprends bien, ce sont les grosses entreprises qui abusent du citoyen ordinaire.

M. French : Le malheur, c'est que cela n'a pas besoin d'être une grosse entreprise. Cela peut être une très petite entreprise qui fait beaucoup d'appels et qui embête beaucoup de monde. Les gens qui créent des problèmes et qui seront visés par cette législation ne seront pas la Banque de Montréal ou Bell Canada, mais des entreprises de télémarketing un peu « broche à foin » qui vont opérer avec une perspective à court terme, de profits à court terme.

Ces entreprises vont probablement avoir comme client des compagnies pas très informées, assez petites et qui ne savent pas trop dans quel domaine ils s'aventurent et qui ont probablement été entraînés à faire du télémarketing par la vente agressive du télévendeur lui-même.

C'est ce genre d'entreprises que nous allons prendre dans notre filet et que nous espérons contrôler. Les autres vont continuer, mais en toute connaissance de la loi, de façon ordonnée, et en pleine connaissance de leurs responsabilités et de leurs obligations.

The Chairman: A single advertising campaign will not be sufficient for the consumer to know that it is possible to file a complaint and to find out how to do so. Have we given any thought to communicating with the public more regularly, without this costing outrageous sums?

[English]

Mr. French: The experience in the United States has been favourable in this regard. Close to 100 million registrations are on the U.S. list. That is a huge proportion of all households.

If we have the impression that Canadians do not know, we will certainly expend the resources necessary to inform them. Word of mouth will move this matter very quickly. I must say I do not believe we will have a major problem after the first 18 months.

Senator Eyton: As I understand it, there are now what I think you referred to as company-specific lists. That is monitored by the CRTC and there is an entire set of rules that apply. You take action depending on —

Mr. French: I am sorry to interrupt, senator. We cannot take action because we do not have the means. This bill will give us that.

Senator Eyton: You cannot do anything with these company-specific lists.

Mr. Rosenzweig: We can, but there are problems. It is sometimes a question of proof as to whether people actually asked to be taken off the list and to not be called. With a national do-not-call list centrally administered, it is clear whether they should have been called or not.

As well, the sanction available is criminal prosecution with maximum fines that are not very high. The administrative monitoring penalty system power, or AMPS, which is used by many other departments and agencies in the federal government, will provide an efficient and effective deterrent. We do not have that power right now to deter people from violations. That is why the commission thought a national do-not-call list would be not as effective without an AMPS power. This bill would provide that power to the commission.

Senator Eyton: It makes more significant exemptions than are in the national list. There is no meaningful penalty when you are on a company-specific list. I am not sure, how, for example, you would monitor charities.

Mr. Rosenzweig: The bill provides that if you are exempt from the national do-not-call list you are required to have a company-specific or a charity-specific list. The bill also requires people who are exempt to state at the beginning of each call on whose behalf the call is made, whether it is the Kidney Foundation or whoever. The bill provides for a company-specific

La présidente : Pour que le consommateur sache qu'il lui est possible de porter plainte et qu'il sache comment le faire, une seule campagne de publicité ne va pas suffire. Peut-on envisager des façons de communiquer avec le public plus régulièrement sans engager des coûts faramineux?

[Traduction]

M. French : Aux États-Unis, le système a donné de bons résultats à cet égard. Il y a près de un million d'inscriptions sur la liste américaine. Cela représente une énorme proportion par rapport à tous les ménages.

Si nous avons l'impression que les Canadiens n'en sont pas informés, nous utiliserons les ressources nécessaires pour les informer. Le bouche à oreille permettra de communiquer le message très rapidement. Je ne crois pas que nous aurons de grands problèmes après les 18 premiers mois.

Le sénateur Eyton : Si j'ai bien compris, il existe à l'heure actuelle des listes appartenant à chaque entreprise. Ces listes sont surveillées par le CRTC et il y a toute une gamme de règles qui s'appliquent. Des mesures sont prises selon...

M. French : Pardonnez-moi de vous interrompre, sénateur. Nous ne pouvons pas prendre de mesures, car nous n'avons pas les moyens nécessaires. Ce projet de loi nous donnera ces moyens.

Le sénateur Eyton : Vous ne pouvez rien faire au sujet de ces listes des entreprises?

M. Rosenzweig : Nous pouvons agir, mais il y a des problèmes. Il faut parfois prouver si la personne a vraiment demandé que son nom soit retiré de la liste pour ne plus être appelé. Une liste d'exclusion nationale administrée de façon centrale indiquera clairement si cette personne aurait dû être appelée ou non.

En outre, la sanction que nous pouvons appliquer consiste en une poursuite pénale dans laquelle peuvent être infligées des amendes maximales assez minimes. Le régime de sanctions administratives pécuniaires, le RSAP, utilisé par bon nombre d'autres ministères et organismes du gouvernement fédéral, constituera une mesure de dissuasion efficace. À l'heure actuelle, nous n'avons pas le pouvoir de dissuader les gens de commettre les infractions. C'est pour cette raison que le conseil a estimé qu'une liste d'exclusion nationale ne sera pas aussi efficace sans le pouvoir d'appliquer des RSAP. Ce projet de loi conférera ce pouvoir au conseil.

Le sénateur Eyton : Les exemptions sont plus importantes que celles prévues à la liste nationale. Une infraction à la liste d'une entreprise n'entraîne pas de peine importante. Je ne sais pas très bien, par exemple, comment on surveillera les organismes de bienfaisance.

M. Rosenzweig : Selon le projet de loi, les organismes qui ne sont pas tenus de respecter la liste nationale des abonnés auto-exclus doivent figurer sur une liste de sociétés spéciales ou d'organismes caritatifs. Toujours en vertu du projet de loi, les personnes qui jouissent d'exemptions sont tenues d'indiquer en premier lieu le nom de l'organisme qu'elles représentent, la

do-not-call list. The penalty is the same. For any violation of the telemarketing rules, it is a \$15,000 penalty for each call. The bill provides for the same penalty whether you are exempt or not.

Senator Eyton: You have a list of exemptions. We talked about the American experience, which I gather has been favourable — 100 million households is almost everyone. That is most impressive.

Are our proposed exemptions the same as in the U.S.; and if not, to what extent do they differ?

Mr. French: The one difference is the exemption for newspapers in this country. The others, for all intents and purposes, are the same.

Let us recognize that the pattern of telemarketing may turn out to be different, something Senator Tkachuk suggested. It might turn out to be different in Canada, but we do not know that yet. The exemptions are virtually identical except for the newspapers.

Senator Eyton: There you are referring to?

Mr. Rosenzweig: The provision in the bill that provides an exemption where the call is made for the sole purpose of soliciting a subscription for a newspaper of general circulation.

Senator Eyton: Is “newspaper” a generic term? Does it apply to magazines, periodicals and booklets? How broad is that definition?

Mr. Rosenzweig: I do not read “newspaper” as applying to magazines or booklets.

Senator Eyton: To what extent can the Heart and Stroke Foundation of Canada — not to abuse that worthy organization — sell subscriptions to the *National Post*? Is there an advantage in them doing it over somebody else?

Mr. French: That is a legal question. I do not know if my colleague wants to take it on. I would think they cannot.

Mr. Rosenzweig: There is an exemption for calls made for the sole purpose of soliciting a subscription for a newspaper. I assume it would be covered if the purpose of the call is to sell a subscription to a newspaper.

Mr. French: I believe the intent of the question is this: If they were selling something other than an exempted item like a newspaper, given that they are a registered charity, would they be permitted to do so? Given we are exempting registered charities, I suspect they would be.

Mr. Rosenzweig: If it is made by or on behalf of a registered charity, there is an exemption according to the bill.

Mr. French: National Revenue will have fun checking the registration of new charities.

Fondation canadienne du rein, par exemple. On demande dans le texte législatif qu'on continue à appliquer la liste nationale des abonnés auto-exclus. Les sanctions sont les mêmes. Toute infraction aux règles de télémarketing s'accompagne d'une sanction de 15 000 \$ par appel. Les mêmes sanctions s'appliquent, que les organismes visés soient exemptés ou non.

Le sénateur Eyton : Il existe une liste d'exemptions. Nous avons parlé de l'expérience américaine, qui semble avoir été positive. En effet, 100 millions de foyers, ça englobe presque tout le monde et c'est très impressionnant.

Est-ce que nos exemptions sont les mêmes qu'aux États-Unis? Sinon, dans quelle mesure sont-elles différentes?

M. French : La seule différence, c'est l'exemption accordée aux journaux au Canada. Pour ce qui est du reste, elles sont les mêmes, grosso modo.

Sachez que les tendances en matière de télémarketing risquent de ne pas être les mêmes, ce qu'a laissé entendre le sénateur Tkachuk. Les choses risquent de se dérouler différemment au Canada, mais pour l'instant on ne sait pas ce qui va se passer. En fait les exemptions sont presque identiques, à l'exception des journaux.

Le sénateur Eyton : À quoi faites-vous référence?

M. Rosenzweig : Il y a une disposition dans le projet de loi selon laquelle les appels qui ont pour but unique d'inciter les gens à s'abonner à un journal à grand tirage sont exemptés.

Le sénateur Eyton : Le terme journal est-il générique? C'est-à-dire, comprend-il les magazines, les périodiques et les livres? Quelle est la portée de la définition?

M. Rosenzweig : À mon avis, quand on parle de journal, ça ne comprend ni les revues ni les livres.

Le sénateur Eyton : Dans quelle mesure la Fondation des maladies du cœur du Canada, et je ne voudrais pas m'acharner sur le sort de cette organisation louable — peut-elle vendre des abonnements au *National Post*? Est-ce qu'elle pourrait en tirer profit d'une façon ou d'une autre?

M. French : Votre question est de nature juridique. Je ne sais pas si mon collègue voudrait y répondre. Pour ma part, je ne pense pas que ce soit possible.

M. Rosenzweig : L'exception porte sur les appels qui ont pour but unique d'inciter les interlocuteurs à s'abonner à un journal. Si l'appel a pour but d'inciter l'interlocuteur à s'abonner à un journal, je suppose qu'effectivement ce serait compris.

M. French : Je pense que la question que vous voulez poser se résume à ceci : un organisme caritatif enregistré aurait-il le droit de vendre un produit qui n'est pas exempté comme les journaux? Étant donné que les organismes caritatifs bénéficient d'une exemption, je pense qu'ils en auraient le droit.

M. Rosenzweig : Si la vente est faite par une organisation à but non lucratif enregistrée, ou en son nom, il existe une exemption dans le projet de loi.

M. French : Les autorités vont s'amuser à vérifier l'enregistrement des nouveaux organismes caritatifs.

Senator Eyton: It may be one way in which a charity is trying to raise money. They may get a commission for each sale, which might be worthwhile.

Senator Zimmer: Many individuals have unlisted numbers. Even if they are told not to call, a lot of marketing firms do it by randomly generated numbers. They do not need numbers. They do it by random generation. They just go down the list. Do you have any controls on that or plans on how to deal with that?

Mr. Lylyk: Right now, we have rules in place with respect to automatic dialing and announcement devices, ADAD. We expect that to be continued going forward.

In addition, one concern is things that might get dropped into people's mailboxes. Rather than disrupting someone in real time, it would go directly into the mailbox. That is something we might want to explore further in the context of the proceeding into which we are moving.

You raise a good point with respect to privacy, and in the consultations we will be holding in the context of the public notice, we would see issues relating to that being specifically addressed and rules and such being put forth.

Mr. Rosenzweig: For the first time, this bill will provide a more effective enforcement mechanism for the commission — not just with regard to a national do-not-call list, but our existing telemarketing rules. If an ADAD call is made that is prohibited by our rules, we will have an AMPS power to provide a fine of \$15,000. This is an important tool to safeguard against invasions of privacy contrary to the rules.

Mr. French: It is not the source of the number, but whether the number is on the list. If automatic dialing devices dial numbers on the list and that occasions complaints, they will be detected and pursued.

[Translation]

The Chairman: We have a few minutes left. We will therefore go on to the second round of questions, with Senator Chaput and Senator Tardif.

Senator Chaput: In the case of administrative penalties, you have the \$1,500 penalty per person and \$15,000 per corporation. There is also a provision in the bill that states that an employer is responsible for any violation committed by his employee. Therefore, if I work for a given company, if I make the call and I am violating the law, the company will have to pay the \$15,000 fine because I am its employee.

In the case of an individual, what definition are you referring to? Can it be just anyone?

Le sénateur Eyton : C'est peut-être une méthode de financement pour certaines sociétés à but non lucratif. En effet, elles touchent peut-être une commission quand la vente est conclue, et cela peut en valoir la peine.

Le sénateur Zimmer : Beaucoup de personnes sont sur la liste rouge. Mais beaucoup de sociétés de marketing appellent quand même en générant de façon aléatoire des numéros de téléphone. Elles n'ont plus besoin de numéros de téléphone puisqu'ils sont générés de façon aléatoire. Elles se contentent de passer au travers des numéros qui sont générés. Est-ce une situation que vous pouvez contrôler? Avez-vous l'intention de vous attaquer à ce problème?

M. Lylyk : Pour l'instant, nous avons des règles qui s'appliquent au dispositif de composition automatique. Nous allons continuer à nous y intéresser.

Ensuite, on s'inquiète des informations qui se retrouvent dans les boîtes aux lettres des gens. Au lieu d'interrompre les gens en temps réel, on envoie les informations directement dans leurs boîtes aux lettres. On va sans doute vouloir fouiller davantage cette question dans le cadre de nos activités.

Votre intervention sur la protection des renseignements personnels est pertinente et dans le cadre des consultations publiques qui vont avoir lieu, nous allons en discuter et créer des règles.

M. Rosenzweig : Grâce au projet de loi, c'est la première fois qu'on accorde au conseil un mécanisme d'application de la loi renforcé. Et pas seulement pour ce qui est de la liste nationale des abonnés auto-exclus puisque c'est l'ensemble des règles de télémarcheting qui est visé. Si un appel effectué par le biais d'un dispositif de composition automatique contrevient à nos règles, nous sommes en mesure d'infliger une sanction administrative pécuniaire de 15 000 \$. Cette sanction nous permet de protéger la vie privée des gens.

M. French : Ce qui est important, ce n'est pas la provenance du numéro mais plutôt de déterminer si le numéro figure sur la liste. Si le dispositif de composition et d'annonce automatique compose des numéros de téléphone qui figurent sur la liste et que des plaintes sont formulées, les organismes fautifs seront identifiés et poursuivis.

[Français]

La présidente : Il nous reste quelques minutes. Nous passons donc, au deuxième tour de questions, au sénateur Chaput et au sénateur Tardif.

Le sénateur Chaput : Dans le cas des sanctions administratives, vous avez la sanction de 1 500 \$ pour la personne physique et la sanction de 15 000 \$ pour la personne morale. Le projet de loi prévoit également que l'employeur est responsable de la violation commise par son employé. Par conséquent, si je travaille pour une entreprise donnée, je fais l'appel et que je suis en contravention avec la loi, l'entreprise aura à payer la sanction de 15 000 \$ étant donné que je suis son employée.

Dans le cas d'une personne physique, à quelle définition vous réferez-vous? S'agit-il de n'importe quelle personne?

[English]

Mr. Rosenzweig: "Personne physique" is the legal term. In English, it is "an individual." If I were to telemarket, as opposed to setting up a corporation, then I would be responsible for my actions as an individual, as a person.

[Translation]

Senator Chaput: Does there have to be a link with a business?

[English]

Do you have to be the owner?

Mr. Rosenzweig: No. It is any individual. If I am acting on behalf of someone else, clearly, the person we would look to for responsibility is the principal, not the agent. Generally speaking, you look to the person who is responsible for the behaviour.

The Chairman: Which is to say employees dialing the numbers they have been told to dial, if they are using old-fashioned technology, are not the ones you will go after.

Mr. Rosenzweig: We will be looking at the corporation for whom they are working.

Mr. French: We will be looking for the telemarketing corporation, the commercial enterprise of telemarketing for whom they are working, and not necessarily the sponsoring corporation on whose behalf they are operating.

[Translation]

Senator Tardif: I only had one point of clarification to raise regarding the distinction between the \$1,500 fine for an individual and the \$15,000 fine for a corporation.

Mr. French: Senator, it should be pointed out that the fine is \$15,000 or \$1,500 per incident. Therefore, that sum can accumulate.

[English]

Senator Tkachuk: I asked the previous witnesses who owns the phone number; whether it is I as the person who rents the phone. I know there were court cases about this. You might be able to answer that since that is your area of expertise. This phone number is then put into a phone book, and if I do not want it in there because I do not want people to call me — that is why I have a phone — they charge me for that. If I put the phone number in the phone book, it means I want people to call me. It is public. It is out there on the Internet, on software and in the phone book.

Why do we not just say that telephone companies cannot charge people for not putting their name in a phone book, and then people will not be called?

[Traduction]

M. Rosenzweig : « Personne physique », c'est le terme légal. En anglais, on dit « an individual ». Si je n'ai pas de société mais je fais quand même du télémarketing, je suis responsable de mes actions à titre personnel.

[Français]

Le sénateur Chaput : Doit-il exister un lien avec une entreprise?

[Traduction]

Faut-il être propriétaire?

M. Rosenzweig : Non, il peut s'agir de n'importe quelle personne. Si quelqu'un agit au nom d'une autre personne, on recherche la personne responsable, pas l'intermédiaire. En général, on essaie d'identifier la personne qui est responsable.

La présidente : Ce qui veut dire que les employés qui composent un numéro de téléphone parce qu'on leur a dit de le faire, et là, je parle de personnes qui utilisent la vieille technologie, ne seront pas poursuivis.

M. Rosenzweig : On s'intéresserait dans ce cas de figure à la société qui a à son emploi la personne concernée.

M. French : En effet, on s'intéresse dans ces cas-là à la société de télémarketing, c'est-à-dire l'entreprise commerciale de télémarketing qui a à son emploi la personne concernée, et non la société qui parraine les activités, c'est-à-dire la société que l'entreprise de télémarketing représente.

[Français]

Le sénateur Tardif : Je n'avais qu'une question de clarification touchant la distinction entre la sanction de 1 500 \$ pour l'individu, et celle de 15 000 \$ pour la corporation.

M. French : Il faut ajouter, madame le sénateur, que la sanction est de 15 000 \$ ou 1 500 \$ par occasion. Cette somme peut donc s'accumuler.

[Traduction]

Le sénateur Tkachuk : J'ai demandé aux témoins précédents à qui appartenait les numéros de téléphone. Je voulais savoir si c'était le particulier, qui loue le téléphone. Je sais qu'il y a eu des affaires devant les tribunaux qui portaient sur cette question. Et comme c'est votre domaine de prédilection, je me suis dit que vous pourriez peut-être répondre à la question. Les numéros de téléphone qui sont attribués sont répertoriés dans l'annuaire. Mais si moi je ne veux pas qu'on m'appelle, c'est pour ça que j'ai un téléphone, je dois payer un supplément. Si j'accepte que mon numéro de téléphone figure dans l'annuaire, ça veut dire que je veux qu'on m'appelle, que le numéro de téléphone est public. On le retrouve donc sur Internet, dans des logiciels et dans l'annuaire.

Ne pourrait-on pas simplement interdire aux compagnies téléphoniques de faire payer le consommateur pour que son numéro de téléphone figure sur la liste rouge? À ce moment-là, les gens ne se feraient pas embêter.

Mr. Rosenzweig: Telephone service is valuable in allowing people to communicate with each other. The more phone numbers that are public, the more people can call each other. There are costs associated with it not being listed, with removing it from databases and protecting the confidentiality and the privacy of the individual who wishes it, and the commission has taken steps to ensure it is still affordable.

Senator Tkachuk: The point being, though, that when I had an unlisted number, I did not get calls from charities, but I had to pay for it. When I published my number, then I got phone calls. Why do we just not publish the numbers? Is it to keep the telephone-book industry going? We publish the numbers and say "Phone us," but on the other hand, if you do not want anybody to call you, "Put your name on the registry."

Mr. French: Most people fall somewhere in between the two. We define basic service as including a telephone book, which permits you to use the instrument to contact people. It turns out that roughly 80 per cent of people want their number in the book and about 20 per cent do not.

It is more expensive not to be in the book because even the people with unlisted numbers want a phone book. The incremental cost reflects the cost to the telephone company of removing and protecting the confidential number.

If Canadians were to say, "No, we want it the other way around," we would be attentive and so would the companies.

Senator Tkachuk: I want the phone book to phone businesses. I do not use it to phone anybody else. I have my own phone book and the directory on the Internet. I want the phone book so I can acquire consumer products, so I can phone the garage and the dry cleaner and restaurants, et cetera. That has nothing to do with it, really.

Mr. French: The Internet may make the phone book obsolete, but it has not yet. Leaving out the Internet, the opinion you have expressed is not necessarily the opinion that all consumers have expressed to us through the phone companies.

Senator Tkachuk: Maybe they have not thought of it.

Mr. French: If this argument is made to us, we will be attentive; however, at the moment this is not what Canadian consumers are telling us they want. They say they want the Yellow Pages and the Residential White Pages.

The Chairman: This was very interesting and helpful. We covered a lot of ground in a concise manner.

M. Rosenzweig : Le téléphone est précieux car il permet aux gens de communiquer. Plus il y a de numéros de téléphone publics, plus les gens peuvent s'appeler. Il faut savoir que de mettre un numéro de téléphone sur la liste rouge, de le supprimer des bases de données et de protéger la confidentialité et la vie privée des personnes qui en font la demande, ça engendre des coûts. En même temps, le conseil s'est assuré que les services restent abordables.

Le sénateur Tkachuk : D'accord, mais ce que j'essaie de dire, c'est que quand j'étais sur la liste rouge, les organismes caritatifs ne m'appelaient pas, mais le service était payant. Quand je me suis retiré de la liste rouge, j'ai commencé à recevoir des appels. Ne serait-il pas plus simple de ne pas rendre le numéro de téléphone public? Le faisons-nous toujours pour assurer la survie du secteur des annuaires téléphoniques? On publie les numéros comme pour dire « Appelez-nous » mais, d'un autre côté, si on ne veut pas se faire appeler, il faut que notre numéro de téléphone figure sur la liste.

M. French : En général les gens se situent quelque part entre les deux extrêmes. Le service de base inclut l'annuaire téléphonique, qui permet à la clientèle d'utiliser le téléphone pour contacter diverses personnes. En fait, environ 80 p. 100 des clients veulent que leur numéro de téléphone soit répertorié dans l'annuaire contre 20 p. 100 qui veulent qu'il soit sur la liste rouge.

Cela coûte plus cher de ne pas être inscrit au bottin, car même les abonnés qui n'ont pas fait inscrire leur numéro de téléphone veulent avoir leur annuaire téléphonique. Par conséquent, les coûts supplémentaires reflètent ce qu'il en coûte à une compagnie téléphonique pour retirer et protéger le numéro confidentiel.

Si les Canadiens décidaient qu'ils veulent que ce soit l'inverse, nous serions attentifs à ce souhait, de même que les compagnies.

Le sénateur Tkachuk : Pour ma part, je veux avoir un annuaire téléphonique pour pouvoir appeler des entreprises, mais je ne l'utilise pas pour appeler qui que ce soit. J'ai mon propre répertoire téléphonique à moi et j'ai le répertoire d'Internet. Si je veux avoir l'annuaire téléphonique, c'est pour l'utiliser lorsque je veux acheter des produits de consommation, appeler le garage, le nettoyeur, des restaurants, etc. Cela n'a vraiment rien à voir.

M. French : L'Internet pourrait éventuellement rendre les annuaires téléphoniques désuets, mais ce n'est pas encore le cas. En laissant de côté les répertoires informatisés, l'opinion que vous avez exprimée ne reflète pas nécessairement celle de tous les consommateurs qui ont communiqué avec nous via les compagnies téléphoniques.

Le sénateur Tkachuk : Peut-être qu'on n'y a pas pensé.

M. French : Si on nous présente cet argument, nous en tiendrons compte; toutefois, pour l'instant, ce n'est pas ce que nous disent vouloir les consommateurs canadiens. Ils affirment vouloir avoir en main les pages jaunes et les pages blanches des abonnés résidentiels.

La présidente : Ce fut très intéressant et utile.

Nous avons couvert beaucoup de terrain de façon concise.

Colleagues, we will take no more than a two-minute break. Then I will invite our next witnesses to join us. They can come forward now. They will be representing the Canadian Marketing Association, the Canadian Federation of Independent Business, and Eden Clean Air and Heating.

Honourable senators, we resume our study of Bill C-37, an act to amend the Telecommunications Act, otherwise known as the do-not-call bill. We are fortunate to welcome a panel of witnesses.

We have from the Canadian Marketing Association, Mr. John Gustavson, the President and CEO; and Mr. Wally Hill, who is the Vice-President, Public Affairs and Communications. From the Canadian Federation of Independent Business we have Mr. Rob Taylor, Senior Policy and Communications. From Eden Clean Air and Heating we have Mr. Allen Futerman, owner.

Welcome to our committee. I know you have been following the proceedings. Time is tight, as you can see. I will ask each of you to make a statement not exceeding five minutes. I will be quite ruthless because, as you have seen, the senators all have many questions.

[Translation]

John Gustavson, President and Chief Executive Officer, Canadian Marketing Association: Madam Chair, the Canadian Marketing Association is pleased to present its position regarding Bill C-37 to this committee.

[English]

We are here to support Bill C-37, as amended by the House of Commons, and ask for its expeditious passage by the Senate.

It may seem somewhat surprising that Canada's largest marketing association supports the establishment of a national, compulsory do-not-call program, but it is simply not good business to annoy consumers who might be better reached through other marketing channels. A national do-not-call service will level the playing field for all marketers in Canada.

In fact, CMA has operated its own do-not-contact service since 1989. It is free to consumers and mandatory for our members to follow. We have over 500,000 households registered, and we receive 6,000 additions each month. Judging from the feedback we get from consumers and members, the program is quite effective in significantly reducing the number of phone calls people receive. Although some non-members do subscribe, it is not comprehensive.

Chers collègues, nous prendrons une pause d'au plus deux minutes, après quoi nous inviterons nos prochains témoins à se joindre à nous. Ils peuvent d'ores et déjà s'avancer à la table. Ce sont les représentants de l'Association canadienne du marketing, de la Fédération canadienne de l'entreprise indépendante, et de Eden Clean Air and Heating.

Mesdames et messieurs, nous reprenons notre étude du projet de loi C-37, loi modifiant la Loi sur les télécommunications. Nous accueillons avec plaisir un nouveau groupe de témoins.

De l'Association canadienne du marketing, nous accueillons M. John Gustavson, président et PDG, ainsi que M. Wally Hill, vice-président, Affaires publiques et communications. De la Fédération canadienne de l'entreprise indépendante, nous accueillons M. Rob Taylor, analyste principal, politiques et communications. De Eden Clean Air and Heating, nous accueillons son propriétaire, M. Allen Futerman.

Bienvenue à notre comité. Comme je sais que vous avez suivi nos délibérations, vous aurez constaté que nous n'avons pas beaucoup de temps à notre disposition. Je demanderais à chacun de limiter sa déclaration à cinq minutes tout au plus. J'appliquerai cette consigne rigoureusement, car vous avez constaté que les sénateurs ont beaucoup de questions à poser.

[Français]

John Gustavson, président et président-directeur général, Association canadienne du marketing : Merci beaucoup.

Madame la présidente, l'Association canadienne du marketing se fait un plaisir de présenter au comité sa position vis-à-vis du projet de loi C-37.

[Traduction]

Nous venons ici appuyer le projet de loi C-37 tel qu'il a été amendé par la Chambre des communes et demandons au Sénat de l'adopter rapidement.

Vous serez peut-être surpris de voir que la plus importante association de marketing du Canada appuie la mise sur pied d'un programme national et obligatoire de retrait de numéros de téléphone, mais il faut comprendre que ce n'est pas propice aux bonnes affaires que d'ennuyer les clients qu'il serait plus facile d'atteindre par d'autres moyens de mise en marché. Un service national de retrait de numéros de téléphone imposera les mêmes règles du jeu à tous les commerçants canadiens.

D'ailleurs, notre association exploite son propre service de retrait de numéros de téléphone depuis 1989; ce service est gratuit pour nos clients et obligatoire pour nos membres. Cinq cent mille foyers y sont inscrits, et nous rajoutons à notre liste 6 000 nouveaux noms par mois. À en juger par la réaction reçue des clients et des membres de notre association, ce programme réussit fort bien puisqu'il réduit considérablement le nombre d'appels téléphoniques reçus à domicile. Même si certains de ceux qui y souscrivent ne sont pas membres chez nous, ce n'est pas un service exhaustif.

We believe a national do-not-call service will be good for consumers as well as for marketers. As far back as 2001, we asked the CRTC to establish a national do-not-call service. We believe it is consistent with our position as a proponent of responsible marketing, and therefore we support this bill.

However, I must remind senators that sales of goods and services by telephone are big business in this country. We are not talking about a few thousand companies making a living from telephone sales.

Virtually every business and charitable organization in this country utilizes the telephone at some point to market its goods and services or solicit donations. Canadians buy over \$16 billion in goods and services every year over the telephone.

The Chairman: \$16 billion?

Mr. Gustavson: Yes. That generates employment for over 250,000 Canadians. Therefore, this proposed legislation can have serious economic impacts in this country if not carefully handled.

We felt it was crucial to amend the first draft of Bill C-37 to clarify Parliament's intent not to inadvertently harm this major Canadian industry. We believe it was important to amend the bill to make it clear it does not apply to communications where there is an existing business relationship. We are pleased with that amendment, but as noted in previous testimony, marketers must still respect individual requests not to be called even if an existing business relationship exists.

The amended Bill C-37, in our opinion, better defines its scope and application. Is the bill perfect? It probably is not. For example, CMA will work with the CRTC to address the issue of business-to-business calls that have not been exempted in Canada but are exempted in the United States by regulation.

We believe Bill C-37 is a solid base on which to build a national do-not-call service, and there is within the proposed legislation a mandatory parliamentary review after three years, should it require further adjustments.

In conclusion, we believe that this bill strikes a proper balance between protecting consumers and business interests. We think it's a good balance, giving Canadian consumers a choice while protecting the \$16-billion-a-year industry. We respectfully encourage the Senate to pass this bill at the earliest opportunity.

Rob Taylor, Senior Analyst, Policy and Communications, Canadian Federation of Independent Business: I would like to begin by thanking the committee for the opportunity to address this important proposed legislation. Like the others you will hear

À notre avis, un service national de retrait des numéros d'abonnés sera bénéfique à nos clients de même qu'à nos commerçants. Dès 2001, nous demandions au CRTC de créer un service de ce genre. Cette demande correspondait logiquement à notre désir de promouvoir la mise en marché responsable, et c'est ce qui explique que nous soutenions ce projet de loi.

Toutefois, je voudrais rappeler aux sénateurs que la vente de biens et services par téléphone représente un gros chiffre d'affaires au Canada. Nous ne parlons pas ici de quelques milliers d'entreprises qui vivent de la vente par téléphone.

Pratiquement toutes les entreprises et tous les organismes de charité au Canada utilisent le téléphone pour mettre en marché à un moment donné leurs biens et services ou pour solliciter des dons. Chaque année, les Canadiens achètent plus de 16 milliards de dollars en biens et services par téléphone.

La présidente : Seize milliards?

M. Gustavson : En effet. Cette activité procure de l'emploi à plus de 250 000 Canadiens. Voilà pourquoi ce projet de loi pourrait avoir des graves conséquences néfastes pour les Canadiens s'il n'était pas étudié avec soin.

Il était donc essentiel, à notre avis, d'amender la première ébauche du projet de loi C-37 afin de préciser que le Parlement n'avait pas l'intention de porter préjudice par accident à cette grande industrie pour le Canada. Il était donc important d'amender le projet de loi pour qu'il soit clair que ces dispositions ne s'appliquent pas aux communications lorsqu'il existe déjà une relation d'affaires. Nous nous réjouissons de l'amendement apporté, mais comme d'autres témoins l'ont fait remarquer, les commerçants doivent néanmoins respecter les demandes des personnes ne souhaitant pas être appelés même si une relation d'affaires existe déjà.

La version amendée du projet de loi définit mieux, à notre avis, sa portée et son application. Toutefois, le projet de loi n'est sans doute pas parfait. Ainsi, l'Association canadienne du marketing se joindra au CRTC pour étudier le cas des appels d'une entreprise à l'autre qui n'ont pas été exemptés au Canada alors qu'ils le sont dans les règlements américains.

Le projet de loi C-37 nous semble être une assise solide sur laquelle il est possible d'édifier un service national de retrait des numéros de téléphone, d'autant plus que le projet de loi prévoit un examen obligatoire par le Parlement après trois ans, ce qui permettrait de le peaufiner encore plus.

Pour conclure, nous sommes d'avis que ce projet de loi trouve un bon équilibre entre la protection des consommateurs et les intérêts des entreprises. Il donne également aux consommateurs canadiens le choix d'être inscrits ou non, tout en protégeant une industrie dont le chiffre d'affaires est de 16 milliards de dollars par année. Nous encourageons respectueusement le Sénat à adopter rapidement le projet de loi.

Rob Taylor, analyste principal, Politiques et communications, Fédération canadienne de l'entreprise indépendante : Je remercie d'abord le comité de nous permettre de nous prononcer sur cet important projet de loi. Tout comme d'autres témoins que vous

from today, we did not have that opportunity to express our concerns during the Commons committee's expedited consideration of Bill C-37.

The Canadian Federation of Independent Business represents the interests of over 105,000 independent business owners in every sector in every region across Canada. Like the Canadian economy, the majority of our members are small businesses with fewer than 20 employees.

My remarks today will focus on the potential impacts of Bill C-37 on SMEs. I say "potential" because the rules and regulations are still to be written, and yet the government is asking you to use blind faith and write a blank cheque to the regulators at the CRTC to use their discretion in designing and implementing this registry.

This is unsettling news for SME owners and professionals already subjected to SOCAN fees, which are far from a model of fairness and accountability.

What the government does set out clearly in this bill, however, are harsh, cumulative \$15,000 penalties for each call offence. The proposed legislation also conveniently sets out well-defined exemptions for political parties and pollsters from the scope of the registry in the interests of democracy.

Bill C-37 provides only a basic framework for the CRTC and its agents to design and implement a do-not-call registry. The rules and structure of the registry are to be based on consultations and recommendations conducted after the fact, far removed from the scrutiny of Parliament. If the government had taken the time to conduct meaningful consultation prior to the bill being introduced, its drafters would have learned that common marketing and promotion techniques used by SMEs include word-of-mouth referrals and telephone follow-up.

As an example, many leads-driven businesses use raffles and draws at trade shows, fairs and other events to build potential client lists. These practices had to be altered in order to comply with the Privacy Act, which allows for the use of negative-option techniques on raffle tickets. These include a box on the ticket stating, "If you do not want your information shared with a third party, check here." If the box is not checked off, the information can be used.

Bill C-37 defines an "existing business relationship" as one formed by voluntary two-way communication between the person making the telecommunication and the person to whom the telecommunication is made. Following current practices, if a business prints a box on a raffle ticket stating, "If you do not want to be called regarding our special offers, check here," and the box is not checked off, does a raffle ticket constitute a business relationship based on an inquiry or application, or would the business owner be subject to a \$15,000 fine for pursuing this

entendrez aujourd'hui, nous n'avons pas eu, pour notre part, la possibilité de comparaître devant le comité de la Chambre des communes, lorsqu'il a étudié trop rapidement ce projet de loi-ci.

La Fédération canadienne de l'entreprise indépendante représente les intérêts de plus de 105 000 propriétaires indépendants d'entreprises dans tous les secteurs et toutes les régions du Canada. Tout comme dans l'ensemble de l'économie canadienne, la majorité de nos membres sont des petites entreprises comptant moins de 20 employés.

Je m'attarderai aujourd'hui aux conséquences que pourrait avoir le projet de loi C-37 sur les PME. Si je dis « pourrait avoir », c'est parce que le Règlement n'est pas encore adopté, et pourtant le gouvernement vous demande de faire une confiance aveugle aux organes de réglementation du CRTC et de leur laisser toute latitude pour la conception et la mise en œuvre du registre.

Ce sont là des nouvelles inquiétantes pour les propriétaires de PME et les professionnels qui sont déjà assujettis aux frais de la SOCAN, qui sont loin de constituer un modèle d'équité et de reddition de comptes.

Toutefois, le gouvernement établit très clairement dans le projet de loi des amendes punitives et cumulatives de 15 000 \$ pour chaque infraction téléphonique. Détail pratique, le projet de loi exempterait clairement les partis politiques et les sondeurs de l'application du registre, dans l'intérêt de la démocratie.

Le projet de loi ne donne qu'un cadre squelettique permettant au CRTC et à ses agents de concevoir et de mettre en œuvre le registre des abonnés exclus. Les règles et la structure dudit registre se fonderont sur des consultations et des recommandations faites après coup, sans qu'elles soient soumises à un examen du Parlement. Or, si le gouvernement avait pris le temps voulu pour mener des véritables consultations avant le dépôt du projet de loi, ses rédacteurs auraient appris que les techniques courantes de marketing et de promotion des PME incluent le bouche à oreille et le suivi téléphonique.

Ainsi, beaucoup d'entreprises qui dépendent d'indices ont recours à des tirages au sort lors de foires commerciales, de salons professionnels ou d'autres événements pour monter leurs listes de clients potentiels. Ces pratiques ont dû être modifiées pour respecter la Loi sur la protection des renseignements personnels qui permet le recours aux techniques d'abonnement par défaut dans la vente des billets de tirage au sort. On parle notamment de billets sur lesquels figure une case à cocher si l'on ne souhaite pas que ces renseignements personnels soient donnés à un tiers. Donc, si l'acheteur du billet ne coche dans la case, ses renseignements personnels peuvent être envoyés à d'autres.

Le projet de loi C-37 définit une « relation d'affaires en cours » comme une relation créée comme une communication bilatérale volontaire entre la personne faisant la télécommunication et le destinataire. Selon les pratiques en cours, si une entreprise imprime une case sur un billet de tirage qui indique, « Si vous ne voulez pas qu'on vous appelle à propos de nos offres spéciales, cochez ici », et que la case n'est pas cochée, un billet de tirage constitue-t-il une relation d'affaires qui découle d'une demande ou d'une demande de renseignements, ou le propriétaire de

traditionally viable lead? Is this decision to be left to the discretion of the regulators? Is it a \$15,000 gamble per call for legitimate business people trying to make a living and support their families?

By not defining any of the processes associated with the do-not-call list registry, Bill C-37 raises more questions than it answers. Will businesses have to purchase lists from the registry? How much will it cost businesses to cross-reference their lists with the registry? If a business purchases a list from a research company, who is liable for ensuring that the do-not-call list registry was consulted? How will the registry and its procedures be communicated to SME owners?

Will the registry operate under the federal government's cost-recovery guidelines? If so, what performance measures will be put in place to ensure fairness? What dispute-settlement mechanisms will be put in place to provide recourse and oversight? How often will businesses be required to update their lists? What will be the extent of the compliance burden associated with the new regulatory regime accompanying the registry?

Regulatory and paperwork burden is a high-priority concern for small-business owners, second only to the overall tax burden. Paper burden reduces productivity, limits growth and costs the economy billions of dollars in lost opportunity every year.

Only yesterday in his economic statement, the finance minister reconfirmed the government's commitment to reducing the regulatory compliance burden on SMEs. CFIB currently co-chairs an advisory committee on paperwork-burden reduction with the government. Its mandate is to measure, report and reduce the compliance burden on SMEs. How will Bill C-37 meet these regulatory reduction objectives?

As a consumer, I understand the desire for such legislation. However, bad legislation, no matter how earnest in its intent, is still bad legislation.

Reading this bill led me to conduct a little research at my home, where I logged calls over two weeks. They included one consumer survey, one political candidate demon-dialer call, a call from a political riding association seeking donations, two calls from registered charities, one call from my financial institution marketing a new product, one major retailer offering me

l'entreprise serait-il passible d'une amende de 15 000 \$ pour suivre ce genre de piste traditionnellement viable? Cette décision doit-elle être laissée à la discrétion des instances de réglementation? Chaque appel représente-t-il un risque de 15 000 \$ pour des gens d'affaires légitimes qui essaient de gagner leur vie et de subvenir aux besoins de leur famille?

En omettant de définir les processus qui se rattachent au registre de numéros exclus, le projet de loi C-37 suscite un plus grand nombre de questions qu'il ne fournit de réponses. Les entreprises devront-elles acheter les listes du registre? Quel sera le coût pour les entreprises de vérifier leurs listes avec celle du registre? Si une entreprise achète une liste d'une société de recherche, qui est responsable de s'assurer que l'on consulte le registre des numéros exclus? Comment informera-t-on les propriétaires de petites et moyennes entreprises de l'existence du registre et de ses procédures?

Le registre fonctionnera-t-il selon les directives de recouvrement des coûts du gouvernement fédéral? Dans l'affirmative, quelles sont les mesures de rendement qui seront établies pour assurer l'équité du système? Quels sont les mécanismes de règlement des différends qui seront instaurés pour permettre d'exercer un recours et un contrôle? À quelle fréquence les entreprises seront-elles tenues de mettre à jour leurs listes? Quels seront les coûts d'observation qu'entraînera le nouveau régime de réglementation qui accompagne le registre?

Exception faite du fardeau fiscal général, le fardeau réglementaire et les formalités administratives représentent un grand sujet de préoccupation pour les propriétaires de petites entreprises. Les formalités administratives réduisent la productivité, limitent la croissance et coûtent à l'économie des milliards de dollars en possibilités perdues chaque année.

Pas plus tard qu'hier, dans son énoncé économique, le ministre des Finances a confirmé à nouveau l'engagement du gouvernement à réduire le fardeau réglementaire des petites et moyennes entreprises. La Fédération canadienne de l'entreprise indépendante copréside à l'heure actuelle un comité consultatif sur la réduction des formalités administratives avec le gouvernement. Son mandat consiste à évaluer le fardeau en matière d'observation de la loi pour les petites et moyennes entreprises, à en faire rapport et à réduire ce fardeau. Comment le projet de loi C-37 permet-il d'atteindre ces objectifs de réduction du fardeau réglementaire?

En tant que consommateur, je comprends la raison d'être d'un tel projet de loi. Cependant, une mauvaise loi, indépendamment de ses bonnes intentions, n'en demeure pas moins une mauvaise loi.

La lecture de ce projet de loi m'a incité à faire une petite recherche chez moi, où j'ai tenu un registre des appels reçus sur une période de deux semaines. Il s'agissait entre autres d'un sondage auprès des consommateurs, d'un appel à composition automatique provenant d'un candidat politique, d'un appel d'une association de circonscription d'un parti politique qui sollicitait

insurance on my store credit card, and one call from a local snow-removal company seeking new clients.

Of all the calls I received, only the last one falls under the scrutiny of Bill C-37. When homeowners are at their wits' end due to telemarketers and driven to act, it is the small-business owner who will bear the brunt of the frustration and be subjected to a potential \$15,000 fine. I fail to see the fairness in that.

There is also the issue of the 18-month time frame, but I am sure Mr. Futerman will deal with that.

We recommend that the committee send Bill C-37 back to the House of Commons for proper scrutiny and consultation. I will be happy to cover the rest of my comments in questions.

The Chairman: Do you not think we can do a proper scrutiny?

Senator Tkachuk: He is in favour of the consultation process. That would be good.

Allen Futerman, Owner, Eden Clean Air and Heating: Members of the committee, thank you for inviting me to appear before the Senate committee. We feel the basic objective of Bill C-37 is desirable, but we also feel there is a major problem with the current draft provision relating to existing business relationships.

Certain types of small businesses operate on a recurrent or cyclical service interval. For instance, dentists usually see their clients once a year, and heating system cleaners, which is our business, once every two to three years. The current bill proposes that a business may maintain telephone contact with an existing customer for up to 18 months from the date of last service. However, many small businesses have an inherent service interval longer than 18 months.

By mimicking this arbitrary, U.S. 18-month line, those cyclical businesses with shorter service intervals can operate as usual while those with longer service intervals are penalized. For example, a dentist whose services are usually provided on an annual service interval could continue to remind a patient by phone once a year that his annual dental checkup is due; yet an optometrist, whose eye examinations are usually done once every two years, could no longer remind a patient by phone once every two years without risking a fine of \$15,000 per call. Identical legitimate business practices that result in hugely different treatment under the law is bad legislation.

des dons, de deux appels d'organismes de bienfaisance enregistrés, d'un appel de mon institution financière qui vantait un nouveau produit, d'un important détaillant qui m'offrait de l'assurance sur ma carte de crédit de magasin, et d'un appel d'une entreprise locale de déneigement qui cherchait de nouveaux clients.

De tous les appels que j'ai reçus, le dernier seulement était visé par le projet de loi C-37. Lorsque les appels incessants des télévendeurs exaspèrent les consommateurs au point qu'ils décident d'agir, ce sont les propriétaires de petites entreprises qui font les frais de cette exaspération et qui risquent d'être passibles d'une amende de 15 000 \$. Cela me paraît injuste.

Il y a également la question du délai de 18 mois, mais je suis sûr que M. Futerman en traitera.

Nous recommandons au comité qu'il renvoie le projet de loi C-37 à la Chambre des communes afin qu'il fasse l'objet de consultations et d'un examen approfondi et approprié. Je me ferai un plaisir d'aborder le reste de mes commentaires lorsque je répondrai à vos questions.

La présidente : Vous ne pensez pas que nous pouvons faire un examen approfondi et approprié?

Le sénateur Tkachuk : Il préconise un processus de consultations. Ce serait une bonne chose.

Allen Futerman, propriétaire, Eden Clean Air and Heating : Je tiens à remercier les membres du comité de m'avoir invité à comparaître devant le comité sénatorial. Nous considérons que l'objectif fondamental du projet de loi C-37 est souhaitable, mais nous estimons également que les dispositions actuelles concernant la relation d'affaires en cours posent un important problème.

Certaines petites entreprises offrent des services périodiques ou cycliques. Par exemple, les dentistes ne voient habituellement leurs clients qu'une fois par année, et les nettoyeurs de système de chauffage, c'est-à-dire le service que nous assurons, ne voient leurs clients que tous les deux ou trois ans. Le projet de loi actuel propose qu'une entreprise puisse maintenir le contact téléphonique avec un client existant pendant une période maximale de 18 mois à partir de la date du dernier service. Cependant, un grand nombre de petites entreprises ont un intervalle de service dont la durée dépasse 18 mois.

En imitant ce délai arbitraire de 18 mois qui existe aux États-Unis, les entreprises ayant des intervalles de service cycliques plus courts peuvent fonctionner comme d'habitude tandis que celles qui ont des intervalles de service plus longs sont pénalisées. Par exemple, un dentiste dont les services sont fournis habituellement selon un intervalle annuel pourrait continuer à rappeler à un patient par téléphone une fois par année que le moment de son rendez-vous annuel est arrivé; pourtant un optométriste, qui fait des examens de la vue habituellement une fois tous les deux ans, ne pourrait plus téléphoner à un patient une fois tous les deux ans pour lui rappeler son rendez-vous, sans risquer une amende de 15 000 \$ par appel. Une loi qui entraîne un traitement extrêmement différent de pratiques commerciales identiques et légitimes est une mauvaise loi.

The current bill provides an exemption for pollsters, charities, politicians and newspapers, who may do random calling. Not only are calls from cyclical businesses not random, those who are calling once every two to three years are calling much less often than these already exempted groups.

The Canadian Association of Optometrists stated in their written submission to the Industry Committee:

Professions or businesses that communicate with patients/customers on a less frequent basis to remind them of the need for reoccurring services should not be penalized by provisions of the new legislation.

As noted in our submission to your committee, which you should all have a copy of, lawmakers have told us — and when I say "us," I mean legitimate small businesses that have a service interval longer than 18 months — that we are not the objective of this proposed legislation, yet the current letter of the law would catch us.

Mr. French recently said that a prosecution will not be triggered until there is "a series of complaints." A small-business person needs to have that specifically defined in the letter of the law.

Legitimate small businesses are up for harsh fines of \$15,000 per call. This is a business killer. We are being asked to somehow operate in this huge grey zone. We need this mystery number of complaints specifically defined; and we need a mechanism by which we are informed immediately on a complaint-by-complaint basis. How else are we to know to curb our behaviour?

These \$15,000 fines will be tallying up in this mystery grey zone. We will find out one day that our livelihoods have been obliterated by this bill when the mystery grey zone suddenly triggers a prosecution. This is absurd.

Timelines longer than 18 months exist on the books of many state jurisdictions in the U.S., and these available alternative models are workable. Most of the U.S. states that have an existing business relationship exemption do not have a timeline limitation. In other words, a business can call four to five years after the date of last service, as long as there is an existing business relationship.

The provision in the bill could be more carefully tailored to protect cyclical small businesses in Canada. This is not only the fair thing to do, but the Supreme Court of Canada said under its minimal impairment test that it is the obligation of Parliament, given that this bill restricts a Charter-protected right, that is, freedom of expression.

Le projet de loi actuel prévoit une exemption pour les sondeurs, les organismes de bienfaisance, les politiciens et les journaux, qui peuvent faire des appels aléatoires. Non seulement les appels provenant d'entreprises dont les activités sont cycliques ne sont pas des appels aléatoires, ceux qui appellent une fois tous les deux ou trois ans appellent beaucoup moins souvent que les membres de ces groupes déjà exemptés.

L'Association canadienne des optométristes a déclaré dans son mémoire écrit au comité de l'industrie :

Les professionnels ou les entreprises légitimes qui communiquent avec des patients existants ou avec des clients sur une base moins fréquente ne devraient pas être pénalisés par les dispositions de la nouvelle loi.

Comme nous l'avons indiqué dans notre mémoire à votre comité, dont vous devriez tous avoir reçu un exemplaire, les législateurs nous ont dit — et lorsque je dis « nous », je veux dire les petites entreprises légitimes dont l'intervalle de service est d'une durée supérieure à 18 mois — que nous ne sommes pas le groupe que ce projet de loi cherchait à cibler; pourtant, en raison du libellé actuel de la loi, nous tomberions sous le coup de ses dispositions.

M. French a indiqué récemment qu'une poursuite ne sera pas déclenchée à moins qu'il y ait « une série de plaintes ». Il faut, pour le petit entrepreneur, que cela soit défini de façon précise dans les dispositions de la loi.

Les petites entreprises légitimes sont passibles d'une amende sévère de 15 000 \$ par appel. Cela va entraîner la disparition des entreprises. On nous demande de fonctionner plus ou moins dans cette vaste zone grise. Il faut que l'on définisse de façon précise ce nombre mystérieux de plaintes; et il nous faut un mécanisme grâce auquel nous sommes informés immédiatement de chaque plainte qui est déposée. Comment autrement saurons-nous que nous devons modifier notre comportement?

On tiendra le compte de ces amendes de 15 000 \$ dans cette zone grise mystérieuse. Nous apprendrons un jour que ce projet de loi aura anéanti notre gagne-pain lorsque la mystérieuse zone grise déclenchera soudainement une poursuite. C'est absurde.

Des délais supérieurs à 18 mois existent dans un grand nombre d'États américains, et ces modèles de rechange sont réalisables. La plupart des États américains qui prévoient une exemption relative à une relation d'affaires en cours n'ont pas de limite de temps. Autrement dit, une entreprise peut téléphoner quatre à cinq ans après la date du dernier service, tant qu'il existe une relation d'affaires en cours.

Il faudrait libeller plus soigneusement la disposition du projet de loi pour qu'elle protège les petites entreprises qui offrent des services cycliques au Canada. Il faut le faire non seulement par souci d'équité, mais la Cour suprême du Canada a déclaré dans le cadre de son critère de l'atteinte minimale, qu'il s'agit d'une obligation de la part du Parlement, étant donné que ce projet de loi limite un droit protégé par la Charte, à savoir la liberté d'expression.

Canada is different from the U.S. In addition to the Charter, small businesses play a much larger role in the health of our economy. No studies have been done on the impact of this bill on small businesses in Canada. We believe the reasonable approach is to proceed cautiously, and if a line must be drawn at this time, it should be set more broadly at 36 months, as exists, for example, on the books of Arkansas and Kansas.

Parliament can observe what happens over the next three years and re-evaluate, as needed, with collected data in 2008 when this bill is up for review. This broad-to-narrow approach will ensure that the learning curve over the next three years will not be accomplished at the expense of a roll call of victims and livelihoods in the Canadian small-business sector.

The Chairman: I do not know if you were here earlier today when the secretary of state and the officials appeared before us to discuss the bill. The question concerning the 18-month business relationship arose. At that point, they agreed that what this bill is about explicitly in law, in the Telecommunications Act, is unsolicited communications. If you have a customer whose system you know has to be cleaned in two or three years and you say to him in December 2005, "Do you want me to call you in a couple of years?" and he says yes, then you are in the clear.

Mr. Futerman: Let us say we do that at a two-, three-year mark and the consumer says, "I never said that." We would be up against a \$15,000 fine.

The Chairman: Perhaps there could be a box to check off on the bill. I am not sure.

Mr. Futerman: That would be one solution.

The Chairman: I am wondering if you have heard that.

Mr. Futerman: It is a good suggestion. We have thought of it. It may work for people who are in the know. However, the vast majority of small businesses are not in the know. Under the letter of the law, they will be caught by this proposed legislation.

Senator Tkachuk: I find it interesting that the Canadian Marketing Association would be in favour of the bill as it stands now and the Canadian Federation of Independent Business has problems with it. I am concerned about that. If you heard my earlier questions, you would realize that.

Is the Canadian Marketing Association being looked at as a potential manager of this system?

Mr. Gustavson: Because we have rather successfully run our own do-not-call list since 1989, it is possible that the CRTC might turn to us to do that. However, many others have suggested that they would also be willing to run it, including one of our major telephone companies. In the United States, a major telephone

Le Canada et les États-Unis sont deux pays différents. En plus de l'existence de la Charte, il faut tenir compte du fait que les petites entreprises jouent un rôle beaucoup plus important pour assurer la vigueur de notre économie. Aucune étude n'a été faite sur les répercussions que ce projet de loi aurait sur les petites entreprises au Canada. Nous considérons raisonnable d'agir avec prudence, et que s'il faut établir un délai maintenant, il devrait s'agir d'un délai de 36 mois tel qu'il existe en Arkansas et au Kansas.

Le Parlement peut observer comment évoluera la situation au cours des trois prochaines années et la réévaluer, au besoin, à l'aide de données recueillies en 2008 lorsque ce projet de loi fera l'objet d'un réexamen. Cette approche permettra de s'assurer que la courbe d'apprentissage au cours des prochaines années ne se fera pas aux dépens de la survie du secteur canadien de la petite entreprise.

La présidente : J'ignore si vous étiez là plus tôt lorsque le secrétaire d'État et ses collaborateurs ont comparu devant nous pour discuter du projet de loi. On a alors soulevé la question concernant la relation d'affaires de 18 mois. Ils ont alors convenu que ce projet de loi porte clairement, dans la Loi sur les télécommunications, sur les communications non sollicitées. Si vous avez un client dont le système de chauffage doit être nettoyé dans deux ou trois ans, et qu'en décembre 2005 vous lui dites: « Voulez-vous que je vous appelle dans quelques années? », et qu'il répond oui, vous n'aurez alors aucun problème.

M. Futerman : Disons que c'est ce que nous faisons deux ou trois ans plus tard et que le consommateur dit: « Je n'ai jamais dit une telle chose. » Nous serions passibles d'une amende de 15 000 \$.

La présidente : Il pourrait peut-être y avoir une case que l'on pourrait cocher sur la facture. Je n'en suis pas sûre.

M. Futerman : Ce serait une solution.

La présidente : Je me demande si vous en avez entendu parler.

M. Futerman : C'est une bonne suggestion. Nous y avons songé. Cela peut fonctionner pour ceux qui sont au courant. Cependant, la grande majorité des petites entreprises n'est pas au courant. Si on suit la loi à la lettre, elles tomberont sous le coup de ce projet de loi.

Le sénateur Tkachuk : Je trouve intéressant que l'Association canadienne du marketing soit favorable au projet de loi dans sa version actuelle et que la Fédération canadienne de l'entreprise indépendante ait des réserves envers le projet de loi. Cela me préoccupe. Si vous avez entendu les questions que j'ai posées tantôt, vous vous en rendriez compte.

Est-on en train d'envisager la possibilité que l'Association canadienne du marketing administre ce système?

M. Gustavson : Comme nous administrons avec succès notre propre liste de numéros exclus depuis 1989, il est possible que le CRTC nous confie cette tâche. Cependant, beaucoup d'autres groupes ont indiqué qu'ils étaient également disposés à administrer ce système, y compris l'une de nos importantes

company actually looks after the administration of the list. I have no indication from the CRTC, other than a statement by its chair in May 2004, of what their expectations are.

Senator Tkachuk: If you did run it once the bill is passed, would it be a bit of a money-maker?

Mr. Gustavson: I believe in our earlier discussions with the CRTC they agreed that any private enterprise that ran it would be entitled to some return on investment, but the amount would be controlled by the CRTC and whatever contract they entered into. There would be no windfall profits. We are a not-for-profit organization. My only concern would be not to put the existence of the organization at risk, since there is a downside to this. For example, how many people will subscribe to it? From our own experience of running this national do-not-call list for our members, most do not subscribe. The large call centres, the data houses subscribe, and then include that in their services to their customers. Thus, our members receive the benefit of it but they do not subscribe directly. They access it through a major call centre they have retained or their data processor has subscribed to our list. They are sure that it is used.

Similarly, for small business, I would suggest that many of these data houses will access the list and resell to them the small portion they need, for example, one, five or six area codes, whatever they want. There is enough competition in that field that we feel the prices for small business would be reasonable.

Senator Tkachuk: Earlier, I raised the subject of the brief submitted to us by the optometrists. I also had trouble with the definition of the law as the CRTC was interpreting it, which is "a pattern of abuse." That means nothing to me. I do not know if that means one call or five calls. It is in the definition of the beholder, I would think, and the one receiving the phone call, as to whether it fits. Mr. Futerman, is your main concern that the law is not clear? Is that what causes you the problem? Or is it the fact that there are exemptions for some but not for you?

Mr. Futerman: We have two concerns. First, we feel that the time limitation of 18 months excludes businesses like ours from protection. Second, as mentioned, we are asked to operate in this grey zone. We have no idea what number of complaints will trigger a prosecution. With a \$15,000 fine floating over our heads — or an accumulation of \$15,000 fines — we feel that that should be defined in the proposed legislation.

compagnies de téléphone. Aux États-Unis, une importante compagnie de téléphone s'occupe en fait de l'administration de la liste. Je n'ai aucune indication de la part du CRTC, mis à part la déclaration faite par son président en août 2004, de ses attentes à cet égard.

Le sénateur Tkachuk : Si vous vous occupiez effectivement de l'administration de cette liste une fois que le projet de loi sera adopté, est-ce que cela vous permettrait de faire un peu d'argent?

M. Gustavson : Je crois que dans nos discussions précédentes avec le CRTC, il a convenu que toute entreprise privée qui administrerait la liste aurait droit à un certain rendement du capital investi, mais le montant serait contrôlé par le CRTC et le contrat qui serait conclu. Il n'y aurait pas de profits inattendus. Nous sommes une organisation à but non lucratif. Ma seule préoccupation serait d'éviter de compromettre l'existence de l'organisation, parce que ce genre d'entreprise peut présenter des risques. Par exemple, combien de personnes s'y abonneront? D'après notre propre expérience de l'administration de cette liste nationale de numéros exclus par nos membres, la plupart ne s'abonnent pas. Les grands centres d'appels, les centres de traitement des données s'y abonnent, puis incluent ce service dans les services qu'ils offrent à leurs clients. Par conséquent, nos membres profitent du service mais ne s'y abonnent pas directement. Ils y ont accès par l'intermédiaire d'un important centre d'appels dont ils ont retenu les services ou leur centre de traitement des données s'est abonné à notre liste. Ils sont sûrs que l'on s'en sert.

De même, pour les petites entreprises, je dirais qu'un grand nombre de ces maisons de données auront accès à la liste et leur revendront la petite portion dont elles auront besoin, par exemple, un, cinq ou six indicatifs régionaux, selon ce qu'elles voudront. Comme il y a suffisamment de concurrence dans ce domaine, nous considérons que les prix demandés à la petite entreprise seraient raisonnables.

Le sénateur Tkachuk : Plus tôt, j'ai parlé du mémoire qui nous avait été présenté par les optométristes. La définition de la loi telle que l'a interprétée la CRTC m'a moi aussi posé problème, en ce qui concerne la question des incidents répétés d'utilisation abusive. Cela ne veut rien dire pour moi. J'ignore si cela signifie un appel ou cinq appels. Je pense que cela dépend de la définition de chacun et de celui qui reçoit l'appel téléphonique, quant à savoir si cette définition y correspond. Monsieur Futerman, est-ce principalement l'absence de clarté de la loi qui vous préoccupe? Est-ce cela qui vous pose problème? Ou est-ce le fait qu'on y prévoit des exemptions pour certains mais pas pour vous?

M. Futerman : Il y a deux choses qui nous préoccupent. Tout d'abord, nous considérons que la prescription de 18 mois empêche des entreprises comme la nôtre de bénéficier d'une protection. Deuxièmement, comme je l'ai mentionné, on nous demande de fonctionner dans une zone grise. Nous n'avons aucune idée du nombre de plaintes qui déclencheront une poursuite. Avec cette menace d'une amende de 15 000 \$ qui pèse sur nous — ou une accumulation d'amendes de 15 000 \$ —, nous considérons que ce point devrait être défini dans le projet de loi.

Senator Tkachuk: In other words, if there is a complaint you would like to know right away?

Mr. Futerman: Yes.

Senator Tkachuk: Rather than waiting for an accumulation of complaints that would lead to a pattern of abuse?

Mr. Futerman: I do not think there is any legislation that can apply to small businesses, especially if this is a strict liability offence, which means that you are guilty until proven innocent, under the letter of the law. Once a complaint is made under the letter of the law, the onus is on small-business people to prove on a balance of probabilities that they did not commit that act and/or they had a good reason to commit the act.

There is a huge burden being put on regular small-business people, with a \$15,000 fine at the end, which is clearly not designed for us. One fine would blow us out of the water. This is meant to apply to huge corporations. This is a regulatory offence being applied to mom-and-pop small businesses. It is clearly not designed for small businesses. It would be one thing if we were to receive a \$100 fine and then a warning. Even if the \$100 fines were cumulative, we could maybe absorb that kind of cost and readjust our behaviour. However, this means a \$15,000 fines that accumulate over our heads with each complaint under the letter of the law. Once that prosecution is triggered, we could have \$50,000 in fines applied against us. It will destroy livelihoods instantaneously.

Senator Tkachuk: Mr. Gustavson, a previous witness said that in the States some 100 million households subscribe to the do-not-call registry. That covers almost everyone in the country. Does anyone in the States get called? What is going on here? Or do they have so many exemptions, like we have before us here, that it will not matter anyway? Why do we have a law that everyone thinks works so well when everybody registers, and yet everyone is receiving calls?

Mr. Gustavson: It represents one third of the telephone numbers in the United States, and many people have multiple telephone numbers.

Senator Tkachuk: We were specifically told 100 million households.

Mr. Gustavson: We have 100,000 listings.

Senator Tkachuk: That is a little different, in that it includes business listings.

Mr. Gustavson: Business communications are exempt by regulation in the U.S.

Senator Tkachuk: Are they exempt here?

Le sénateur Tkachuk : Autrement dit, si une plainte est déposée, vous voudriez en être au courant immédiatement?

M. Futerman : Oui.

Le sénateur Tkachuk : Au lieu d'attendre que les plaintes s'accumulent et deviennent des incidents répétés d'utilisation abusive?

M. Futerman : Je ne crois pas qu'une loi puisse s'appliquer aux petites entreprises, particulièrement s'il existe une infraction de responsabilité stricte, ce qui signifie que vous êtes coupable jusqu'à ce qu'on établisse votre innocence, selon la lettre de la loi. Une fois qu'une plainte est déposée selon la lettre de la loi, il incombe aux petits entrepreneurs de prouver selon la prépondérance des probabilités qu'ils n'ont pas commis l'acte en question ou qu'ils avaient une bonne raison de commettre un tel acte.

Il s'agit d'un énorme fardeau que l'on impose aux petits entrepreneurs, avec en bout de ligne le risque d'une amende de 15 000 \$, laquelle de toute évidence n'est pas conçue pour nous. Une seule amende aurait des effets dévastateurs sur nous. Elle est destinée à s'appliquer à de grosses sociétés. Il s'agit d'une infraction réglementaire que l'on applique aux petites entreprises familiales. De toute évidence elle n'est pas conçue pour de petites entreprises. Ce serait autre chose si nous recevions une amende de 100 \$ et ensuite un avertissement. Même si les amendes de 100 \$ étaient cumulatives, nous pourrions absorber ce genre de coûts et modifier notre comportement. Cependant, cela signifie des amendes de 15 000 \$ qui s'accumulent avec chaque plainte déposée en vertu de la lettre de la loi. Une fois que les poursuites sont déclenchées, nous pourrions nous voir infliger des amendes de 50 000 \$. Cela détruirait instantanément notre gagne-pain.

Le sénateur Tkachuk : Monsieur Gustavson, un témoin précédent a indiqué qu'aux États-Unis, environ 100 millions de ménages sont abonnés au registre de numéros exclus. Cela inclut pratiquement toute la population du pays. Y a-t-il qui que ce soit aux États-Unis qui reçoit des appels? Que ce passe-t-il à cet égard? Ou ont-ils tant d'exemptions, comme celles qui existent ici, que cela n'aura aucune importance de toute façon? Pourquoi avons-nous une loi que tout le monde considère si efficace lorsque chacun s'enregistre, et pourtant tout le monde reçoit des appels?

M. Gustavson : Cela représente un tiers des numéros de téléphone aux États-Unis, et bien des gens ont plusieurs numéros de téléphone.

Le sénateur Tkachuk : On nous a parlé précisément de 100 millions de ménages.

M. Gustavson : Nous avons 100 000 inscriptions.

Le sénateur Tkachuk : C'est un peu différent, en ce sens que cela inclut les commerces.

M. Gustavson : Selon la réglementation en vigueur aux États-Unis, les communications commerciales sont exemptées.

Le sénateur Tkachuk : Sont-elles exemptées ici?

Mr. Gustavson: No.

Senator Tkachuk: Should they be exempt?

Mr. Gustavson: We would argue that, but it was not in the American legislation. The CRTC said that our exemptions are virtually identical, except for newspapers, which is correct vis-à-vis the legislation. However, the U.S. has added a regulatory exemption for business-to-business communications. That is an important point. There will be many opportunities to make telephone calls to those who have not registered. As well, you can always call on consent, such that people might agree to calls even though they are on the list. That option exists. There will still be quite a vibrant commerce using the telephone for marketing services.

Senator Tkachuk: How many households in the United States are on the do-not-call registration list?

Mr. Gustavson: They are talking about a primary registration of telephone numbers. I cannot tell you how many households that equates to because many have three or four telephone numbers. It would be difficult to determine the exact figure.

Senator Tkachuk: We should clear that up. I am certain that a previous witness said 100 million households, which I thought was strange.

Mr. Gustavson: It might be that because some might not telemarket using cell phone numbers. Those might have been excluded from the calculations. Again, that point should be clarified.

Senator Merchant: I am likely one who will not register my number with the do-not-call list because most of the calls I receive now will continue unless I register a complaint or an objection with the callers.

Mr. Gustavson: you represent large companies and you think this bill would level the playing field. How would that work for the smaller businesses? I was raised in a household that was supported by a small business. My parents are Greek immigrants and ran a small restaurant, where they had one employee. I am sensitive to how small businesses can survive. Mr. Futerman said that these penalties would be onerous for small businesses, although larger businesses could absorb such a cost more readily. I do not understand how this bill would level the playing field for businesses.

Mr. Gustavson: We represent a combination of large businesses but we also include small businesses within our 800 members. The majority of our members would be considered small or mid-sized businesses. All of our members must comply with our do-not-call service and the 500,000 members are on that list. However, many others do not have to comply and so are free to call whomever they wish, while our members are trying to act responsibly. Our

M. Gustavson : Non.

Le sénateur Tkachuk : Devraient-elles l'être?

M. Gustavson : Nous pourrions en discuter, mais ce n'était pas prévu par la loi américaine. Le CRTC a indiqué que nos exemptions sont pratiquement identiques, sauf en ce qui concerne les journaux, ce qui est correct par rapport à la loi. Cependant, les États-Unis ont ajouté une exemption réglementaire pour les télécommunications d'une entreprise à l'autre. C'est un point important. Il y aura de nombreuses possibilités de téléphoner à ceux qui ne se sont pas inscrits. Par ailleurs, on peut toujours téléphoner lorsque les gens consentent à ce qu'on les appelle même s'ils figurent sur la liste. C'est une option qui existe. En ce qui concerne les services de marketing qui utilisent le téléphone, cette activité commerciale demeurera très dynamique.

Le sénateur Tkachuk : Combien de ménages aux États-Unis sont inscrits sur la liste des numéros exclus?

M. Gustavson : On parle de l'enregistrement primaire des numéros de téléphone. Je ne suis pas en mesure de vous indiquer à combien de ménages cela correspond parce qu'un grand nombre de ménages ont trois ou quatre numéros de téléphone. Il serait difficile de déterminer le chiffre exact.

Le sénateur Tkachuk : Nous devrions obtenir des précisions à ce sujet. Je suis certain qu'un témoin précédent a parlé de 100 millions de ménages, ce que j'ai considéré étrange.

M. Gustavson : C'est peut-être que certains ne font peut-être pas du télémarketing en utilisant des numéros de téléphone cellulaire. Ces numéros ont peut-être été exclus des calculs. Comme vous l'avez dit, il faudra obtenir des éclaircissements à cet égard.

Le sénateur Merchant : Il est fort probable que je n'inscrirai pas mon numéro sur la liste des numéros exclus parce que la plupart des appels que je reçois maintenant continueront à moins que je dépose une plainte ou une objection auprès des auteurs des appels.

Monsieur Gustavson, vous représentez de grandes entreprises et vous considérez que ce projet de loi permettrait d'égaliser les règles du jeu. Comment cela fonctionnerait-il pour les petites entreprises? J'ai été élevé dans un ménage soutenu par une petite entreprise. Mes parents sont des immigrants grecs qui avaient un petit restaurant d'un seul employé. Je suis tout à fait conscient de la façon dont les petites entreprises peuvent survivre. M. Futerman a indiqué que ces sanctions seraient trop lourdes pour les petites entreprises, bien que les entreprises plus grandes pourraient absorber plus facilement ce genre de coûts. Je ne comprends pas comment ce projet de loi égaliserait les règles du jeu pour les entreprises.

M. Gustavson : Nous représentons un ensemble de grandes entreprises mais nos 800 membres comptent également des petites entreprises. La majorité de nos membres seraient considérés comme des petites ou moyennes entreprises. Tous nos membres doivent se conformer à notre service de numéros exclus et respecter les souhaits des 500 000 membres inscrits sur cette liste. Cependant, un grand nombre d'autres entreprises n'ont pas à s'y

members are ethical marketers and those that do not comply cause the problem. Having legislation that requires all businesses to comply with the national do-not-call list would ensure that everyone plays by the same rules. I do not think it is unfair to expect small, mid-sized and large businesses to comply with the law. I do not think the cost to small businesses would be as onerous as Mr. Futerman has put forward. First, the cost to access the list would not be high, and it could be done through a databank, list broker or anywhere else. A business would not be forced to pay the national fee to download everyone on that list. Second, with respect to penalties, yes, they would need to be fairly high, not only to combat violations so that it is not simply a licence to ignore the national do-not-call service, but also so that there is responsible administration of the penalties. There is still a standard of proof to be made and the intents. As far as I know, it is not a matter of strict liability and there must be some evidence that this was a deliberate violation of the requirements of the do-not-call service. Warnings of misconduct could be issued rather than moving directly to prosecution. In our society we sometimes have to rely on the reasonable administration of the law, but if problems arise, the proposed legislation would come before Parliament in three years for a review.

Senator Merchant: You stated that sales of goods and services in Canada total \$16 billion per year. How will this proposed legislation affect commerce in Canada, or will it not make much difference because so many exemptions exist?

Mr. Gustavson: It will prevent people with whom you have had no business relationship from calling you unless they represent a charity or a newspaper. It is an unusual exemption, but it would be the law. You would see a significant decline. Certainly, feedback on our do-not-call list, which governs only member companies that engage in telemarketing as well as other forms of marketing, indicates that consumers are satisfied. It is not complete, but it creates a reduction in the numbers of calls. It can be effective. Other marketing channels provide access if your small business is restricted by this bill. They range from direct mail to other forms of advertising. It is also important to remember that if you have consent, you can call anyone you want. If you are operating a small restaurant where people drop off their business cards, you are free to call your customers. The bill provides a balance in that respect.

conformer et sont donc libres d'appeler qui elles veulent, tandis que nos membres essaient d'agir de façon responsable. Nos membres sont des commerçants ayant un sens de l'éthique et le problème provient de ceux qui ne respectent pas les règles. S'il existait une loi exigeant que toutes les entreprises respectent la liste nationale de numéros exclus, cela permettrait de s'assurer que tout le monde joue selon les mêmes règles. Je ne crois pas qu'il soit injuste de s'attendre à ce que les petites, moyennes et grandes entreprises se conforment à la loi. Je ne crois pas que le coût que cela représenterait pour de petites entreprises serait aussi élevé que l'a indiqué M. Futerman. Tout d'abord, le coût d'accès à la liste ne serait pas élevé, et cela pourrait se faire par l'intermédiaire d'une banque de données, d'un commissionnaire en publicité directe ou qui que ce soit d'autre. Une entreprise ne serait pas obligée de payer une taxe nationale pour télécharger le numéro de tous ceux qui se trouvent sur la liste. Deuxièmement, pour ce qui est des sanctions, effectivement, il faudrait qu'elles soient assez élevées, non seulement pour empêcher les infractions afin qu'elles ne deviennent pas simplement un moyen de contourner le service national de numéros exclus, mais aussi pour s'assurer que l'administration des sanctions est faite de façon responsable. Il faut encore établir la norme de preuve et l'intention. À ma connaissance, il ne s'agit pas d'une question de responsabilité stricte et il faut pouvoir prouver jusqu'à un certain point qu'il s'agit d'une violation délibérée des dispositions concernant le service de numéros exclus. On pourrait émettre des avertissements d'inconduite plutôt que de passer directement aux poursuites. Dans notre société, nous devons parfois nous fier à l'administration raisonnable de la loi, mais si des problèmes surgissent, le projet de loi ferait l'objet d'un examen de la part du Parlement au bout de trois ans.

Le sénateur Merchant : Vous avez indiqué que les ventes de biens et services au Canada représentent en tout 16 milliards de dollars par année. Comment ce projet de loi influera-t-il sur le commerce au Canada ou ne changera-t-il pas grand-chose à la situation en raison de l'existence d'un grand nombre d'exemptions?

M. Gustavson : Il empêchera les personnes avec lesquelles vous n'avez eu de relation d'affaires de vous téléphoner, à moins qu'elles représentent un organisme de bienfaisance ou un journal. Il s'agit d'une exemption inhabituelle, mais ce serait inscrit dans la loi. Vous constateriez une diminution importante du nombre d'appels. Il ne fait aucun doute que les commentaires que nous recevons à propos de notre liste de numéros exclus, qui régit seulement les entreprises membres qui font du télémarketing ainsi que d'autres formes de marketing, indiquent que les consommateurs sont satisfaits. Le système n'est pas parfait, mais il entraîne une diminution du nombre d'appels. Il peut être efficace. D'autres circuits de distribution assurent un accès si la petite entreprise se voit limiter par le projet de loi. Il peut s'agir de publipostage direct ou d'autres formes de publicité. Il est également important de ne pas oublier que si vous avez le consentement du client, vous pouvez appeler toutes les personnes que vous voulez. Si vous exploitez un petit restaurant où les gens laissent leurs cartes d'affaires, vous êtes libre d'appeler vos clients. Le projet de loi établit un équilibre à cet égard.

Senator Tardif: Mr. Taylor, you indicated that small businesses would be penalized by this bill. Would you not be more comfortable making calls to those whom you know would be receptive rather than to those who would be irritated? Would it not be easier to make a sale? If I understand correctly, the intent of the bill is to reduce annoyance experienced by customers at the hands of telemarketers. If a small business were calling consumers who were not on a national do-not-call list, it would have a much better chance of making the sale.

The CRTC will begin a process of public hearings in its deliberations on the implementation and operation of the act, when that occurs. Most of the concerns you raised deal with the regulations and the operational side of the bill. The bill calls for a review of the proposed legislation in three years. As with anything, it can be difficult to foresee all of the implementation problems.

Could your concerns be raised in the process of public hearings on implementation and at the three-year review of existing procedures and regulations?

Mr. Taylor: We reviewed the proposed legislation under the scope of the small-business perspective. A number of government initiatives that usually target the big fish can, unfortunately, catch the small fish in their nets. From the perspective of small-business owners and the cumulative impact of government regulations and initiatives on their daily lives, they currently bear a high cost. For the most part, small businesses are not high-volume callers, so it is a low-cost way to establish and grow a local business. Having to go through a number of government regulations or to a third-party provider to obtain the list, in addition to payroll and health and safety issues, adds to the sole proprietor's burden that many of our members face. We will be involved in the public consultations with the CRTC to try to ensure that implementation would reflect the needs and wants of the small-business owner.

However, past experience tells us that they do not often take into account the individual needs of the small-business owner because the legislation is targeted at catching the big fish.

The same goes for many border programs that are focused on just-in-time manufacturing. The small, low-volume and low-risk shipper gets caught at the border because he does not know how to comply with the regulations; it has not been communicated to him. He therefore gets penalized, and it is a detriment.

Senator Tardif: Could a communications or public information campaign targeted at small business address some of those issues?

Mr. Taylor: That would be a great initiative. We work with a number of government departments on a number of initiatives to help them communicate through our membership. We

Le sénateur Tardif : Monsieur Taylor, vous avez indiqué que les petites entreprises seraient pénalisées par ce projet de loi. Ne préféreriez-vous pas téléphoner à des personnes qui seraient réceptives à vos appels plutôt qu'à celles qui s'en irriteraient? Ne serait-il pas plus facile ainsi de conclure une vente? Si je comprends bien, l'intention du projet de loi est de diminuer les contrariétés que connaissent les clients qui reçoivent des appels d'entreprises de télémarketing. Si une petite entreprise téléphonait à des clients qui ne figurent pas sur la liste d'exclusion nationale, elle serait beaucoup plus susceptible de conclure une vente.

Le CRTC entamera, au moment opportun, des audiences publiques dans le cadre de ses délibérations sur la mise en œuvre et l'application de la loi. La plupart des préoccupations que vous avez soulevées concernent le Règlement et l'aspect opérationnel du projet de loi. Le projet de loi prévoit un examen de la loi dans trois ans. Comme dans tout, il est peut-être difficile de prévoir tous les problèmes de mise en œuvre.

Vos préoccupations pourraient-elles être soulevées dans le cadre d'audiences publiques sur la mise en œuvre et au moment de l'examen triennal des procédures et des règlements existants?

M. Taylor : Nous avons examiné le projet de loi sous l'angle d'une petite entreprise. Un certain nombre d'initiatives gouvernementales qui ciblent habituellement les gros poissons peuvent malheureusement attraper de petits poissons dans leurs filets. Dans la perspective des petits entrepreneurs et compte tenu de l'impact cumulatif des règlements et des initiatives gouvernementaux sur leur vie quotidienne, ils assument à l'heure actuelle un coût élevé. Dans l'ensemble, les petites entreprises ne font pas beaucoup d'appels, donc c'est un moyen peu coûteux d'établir et d'augmenter une clientèle locale. Devoir se conformer à un certain nombre de règlements gouvernementaux ou faire appel à un tiers pour obtenir la liste, sans compter les coûts qui se rattachent à la masse salariale, à la santé et à la sécurité, ajoute au fardeau du propriétaire unique qu'un grand nombre de nos membres assument. Nous participerons aux consultations publiques du CRTC pour tâcher de nous assurer que la mise en œuvre de la loi tient compte des besoins et des souhaits des petits entrepreneurs.

Cependant, notre expérience passée nous a appris qu'ils ne tiennent pas souvent compte des besoins individuels des petits entrepreneurs parce que la loi cible les grandes entreprises.

Le même argument vaut pour un grand nombre de programmes frontaliers qui mettent l'accent sur la fabrication juste à temps. Le petit expéditeur ayant un faible volume de marchandises et présentant un risque peu élevé est attrapé à la frontière parce qu'il ignore comment se conformer aux règlements? On ne le lui a pas communiqué. Par conséquent il est pénalisé, ce qui le désavantage.

Le sénateur Tardif : Est-ce qu'une campagne d'information à l'intention des PME permettrait de régler certains de ces problèmes?

M. Taylor : Ce serait une excellente initiative. Nous travaillons avec un certain nombre de ministères à certaines initiatives afin de les aider à communiquer par l'intermédiaire de nos membres.

communicate information from the CRA and Industry Canada and a number of other governmental departments to our members.

We are asking for the bill to be looked at across the board as to how it will impact each individual business in Canada, especially the vast majority that are micro businesses that build and sustain local economies, creating jobs and economic growth across the country.

Senator Eyton: I have a number of unrelated questions, but I hope they make sense.

Mr. Taylor, you commented that you and your organization had not had an appropriate opportunity to appear before the Commons committee that was considering this bill. The bill itself was introduced almost a year ago. It went to committee in February and was reported on in June. You must have been aware of the bill some time ago.

Can you comment on why you did not have the opportunity to appear before the Commons committee considering this bill?

Mr. Taylor: We wrote a letter to the committee outlining our concerns with the bill, and we are expecting to hear back from them at a later date.

I was not on the file at the time. From my reading of the file, when the bill went through the House of Commons, the only business association that was invited to appear before the committee was the CMA. We wrote a letter to the committee, and that was not reflected.

Senator Eyton: Did you protest that?

Mr. Taylor: No.

Senator Eyton: I would like to go to Mr. Futerman, because he is representing a real live business, Eden Clean Air and Heating.

How long have you been in business? How do you solicit new customers? How would that come under the purview of this proposed legislation?

Mr. Futerman: We have been in business for nine years. Because we are a cyclical service, our model of growth is such that we see our customers every two to three years. That is how our business has grown over the last nine years. Does that answer your question?

Senator Eyton: How do you contact customers in the first place?

Mr. Futerman: We have a big Yellow Pages ad. I will not say we have not done telemarketing, but at this point, we have enough customers to keep our work schedule saturated without doing any other types of marketing.

Nous communiquons de l'information provenant de l'ARC et d'Industrie Canada, de même que d'un certain nombre d'autres ministères à nos membres.

Nous demandons que l'on examine le projet de loi de façon générale afin de déterminer quelles seront ses répercussions sur chaque entreprise au Canada, particulièrement la grande majorité de micro-entreprises qui bâtissent et soutiennent les économies locales, créent des emplois et favorisent la croissance économique partout au pays.

Le sénateur Eyton : J'ai un certain nombre de questions sans rapport avec ce dont nous venons de parler, mais j'espère qu'elles sont logiques.

Monsieur Taylor, vous avez indiqué que vous-même ainsi que votre organisation n'aviez pas eu l'occasion de comparaître devant le comité de la Chambre des communes lorsqu'il a examiné ce projet de loi. Le projet de loi a été présenté il y a presque un an. Il a été étudié par le comité en février et a fait l'objet d'un rapport en juin. Vous devez être au courant du projet de loi depuis un certain temps.

Pouvez-vous nous indiquer pourquoi vous n'avez pas eu l'occasion de comparaître devant le comité de la Chambre des communes qui examinait ce projet de loi?

M. Taylor : Nous avons écrit une lettre au comité dans laquelle nous avons indiqué nos réserves au sujet du projet de loi, et nous nous attendions à recevoir une réponse à une date ultérieure.

À l'époque, je ne m'occupais pas du dossier. D'après la lecture du dossier, lorsque le comité de la Chambre des communes a été saisi du projet de loi, la seule association commerciale qui a été invitée à comparaître devant le comité a été l'Association canadienne du marketing. Nous avons écrit une lettre au comité, mais on n'en a pas tenu compte.

Le sénateur Eyton : Avez-vous protesté contre cela?

M. Taylor : Non.

Le sénateur Eyton : J'aimerais maintenant poser une question à M. Futerman, car il représente une entreprise en exploitation, Eden Clean Air and Heating.

Depuis combien de temps êtes-vous en affaires? Comment recrutez-vous votre clientèle? Comment est-ce que vos moyens de sollicitation pourraient être affectés par ce projet de loi?

M. Futerman : Cela fait neuf ans que nous sommes en affaires. Étant donné que nos services sont de nature cyclique, notre modèle de croissance fait en sorte que nous voyons nos clients à tous les deux ou trois ans. C'est ainsi que notre entreprise a pris de l'expansion ces neuf dernières années. Est-ce que ça répond à votre question?

Le sénateur Eyton : Comment joignez-vous vos clients pour la première fois?

M. Futerman : Nous publions une grande annonce dans les pages jaunes. Je ne nierai pas que nous avons déjà fait du télémarketing, mais nous avons maintenant suffisamment de clients pour que notre carnet de commandes soit rempli; nous n'avons pas besoin d'autres mesures publicitaires.

Senator Eyton: You are not too concerned about the original solicitation of the business?

Mr. Futerman: No.

Senator Eyton: Your main concern is being able to deal with the customer on a regular basis?

Mr. Futerman: Yes.

Senator Eyton: Eighteen months seems to me to be pretty wild. Personally speaking, I would rather be bothered on the telephone once every three years than once every 18 months. I do not know why anybody would pick the figure of 18 months. It seems arbitrary and unfair to some types of businesses.

Mr. Futerman: I have looked into the root of this figure of 18 months. If you read the rationale that the FCC used in drawing that line, it is essentially arbitrary.

Senator Eyton: Personally, I have a number of contracts and warranties with different merchants, and they typically run for two or three years. I do not remember one that ran for only 18 months.

Mr. Futerman: That point was made by the Canadian Association of Optometrists as well: Businesses or entities that have a longer inherent service interval are, ironically, penalized by this proposed legislation. Those who call less often are penalized.

We offer less of an irritant than the exempted groups who, theoretically, do unfettered calling under the current exemptions. In our case, we call once every two or three years, and we are the ones who are subjected to the potential fines.

Senator Eyton: That seems odd.

My last question is for Mr. Gustavson. He and our chairman have both stated no problem arises as long as the call is made with consent.

I looked at the bill, and it lists three categories that comprise an existing business relationship." The first category addresses a business deal occurring within 18 months; the second category is essentially an application made within the preceding six months; and the third category is a written contract that is either in place or has expired within the 18 months. I do not see any room there for saying there was consent. It seems to me you are then left with trying to generate business in other ways. You mentioned business cards, for example.

Le sénateur Eyton : Vous n'êtes pas préoccupé outre mesure par la première sollicitation de l'entreprise?

M. Futerman : Non.

Le sénateur Eyton : Votre principal souci est de rester en contact régulier avec le client, c'est bien cela?

M. Futerman : Oui.

Le sénateur Eyton : Une période de 18 mois me semble assez exagéré. Pour ma part, je préférerais qu'on me sollicite au téléphone une fois tous les trois ans plutôt qu'une fois tous les 18 mois. J'ignore pourquoi on choisirait un intervalle de 18 mois. Ça me semble arbitraire et injuste à l'endroit de certaines entreprises.

M. Futerman : J'ai essayé de trouver les raisons pour lesquelles on avait retenu l'intervalle de 18 mois. Si vous vous reportez aux raisons invoquées par la Commission fédérale des communications des États-Unis, vous vous rendrez compte que c'est tout à fait arbitraire.

Le sénateur Eyton : Pour ma part, j'ai signé un certain nombre de contrats et de garanties avec certains marchands, et, règle générale, leur durée est de deux ou trois ans. Je ne me souviens pas d'un seul cas où le contrat ou la garantie durerait seulement 18 mois.

M. Futerman : L'Association canadienne des optométristes est du même avis : les entreprises ou les entités dont la périodicité d'entretien ou de service est plus longue sont paradoxalement pénalisées par ce projet de loi. Les entreprises qui appellent moins souvent sont pénalisées.

Ce que nous offrons est moins irritant que ce à quoi s'adonnent les groupes exclus qui, en principe, peuvent faire un nombre illimité d'appels selon le régime actuel. En revanche, nous nous contentons d'appeler une fois à tous les deux ou trois ans, et malgré cela, c'est nous que visent les amendes éventuelles.

Le sénateur Eyton : Ça me semble étrange.

Ma dernière question s'adresse à M. Gustavson. M. Gustavson et notre président ont tous les deux affirmé qu'il n'y aura aucun problème pourvu que la personne sollicitée consente à l'appel.

J'ai parcouru le projet de loi, et sous la rubrique « Relations d'affaires en cours », on trouve trois catégories. La première concerne une transaction effectuée au cours des 18 mois précédant la date de la télécommunication. La deuxième désigne une demande présentée au cours des six mois précédant la date de la même télécommunication et la troisième porte sur un contrat conclu par écrit, qui est soit toujours en vigueur ou venu à échéance dans les 18 mois précédant la télécommunication. Je ne vois toutefois rien dans ce texte qui précise un consentement quelconque. Il me semble que vous serez alors obligé d'augmenter votre chiffre d'affaires d'une autre manière. Vous avez mentionné les cartes professionnelles, par exemple.

What if a business has a practice of generating new business by soliciting over the telephone, and to obtain consent, they have to use another approach to get people to "give their consent" and avoid the strictures of the bill itself?

I do not understand why both our chairman and you stated that as long as there is consent, there is no problem.

Mr. Gustavson: To directly address that question, when you enter into a business relationship with somebody, as long as it exists, you are entitled to call within 18 months after the end of either the transaction or the contract. If the contract is a four-year insurance contract, for example, you have another 18 months to call. That seems to be reasonable.

However, if you are a business that calls every three years, when you make the original transaction you simply ask if it is okay to call back in three years. You may want to make a note of it in case of a credibility issue if a complaint arises. However, unless there is a pattern of complaints, there will not be a problem.

It is fairly simple to obtain consent to call people when normal servicing is required, whether it is to replace a water heater or to schedule a checkup with the optometrist. People are making too much of both the difficulty there might be in obtaining consent and consumer expectations.

When somebody calls to remind me to get my eyes checked after three years, I am grateful; I do not find it annoying. I do not think reasonable consumers will file a complaint when the optometrist calls to schedule a checkup.

Senator Eyton: It still comprises a breach.

Mr. Gustavson: Not if you consider yourself as having an existing business relationship that requires a three-year reminder and there is consent.

There is no magic to the 18-month figure. The FCC agreed with that. When they examined the issue, they looked at businesses asking for various times, such as 36 or 60 months, as well as consumers asking for no extension beyond the end of the business relationship; why should they be entitled to call at all after the business relationship is over?

The FCC said openly that there is no magic to this. We think on balance, however, that 18 months is a reasonable expectation of consumers for a follow-up call from somebody they have chosen to do business with after the end of the transaction or business relationship.

Qu'arrive-t-il si une entreprise essaie d'élargir sa clientèle en faisant de la sollicitation téléphonique, et si pour obtenir le consentement de la personne sollicitée, elle doit s'y prendre autrement pour obtenir un tel consentement et éviter les restrictions du projet de loi?

Je ne comprends pas pourquoi notre président et vous-même affirmez que pourvu qu'il y ait consentement, il n'y aura pas de problème.

M. Gustavson : Pour répondre à cette question, précisons que lorsqu'on a une relation d'affaires avec quelqu'un, on a le droit d'appeler cette personne jusqu'à 18 mois après la fin de la transaction ou du contrat. Si, par exemple, il s'agit d'un contrat d'assurance de quatre ans, cela vous donne 18 mois après son échéance pour appeler. Ça me paraît raisonnable.

Toutefois, si votre entreprise fait de la sollicitation téléphonique une fois par trois ans, lors de la première transaction, vous demanderez simplement si la personne sollicitée est d'accord pour qu'on la rappelle dans trois ans. Ce sera d'ailleurs une bonne chose que de noter cela par écrit s'il fallait qu'on attaque votre crédibilité ou qu'on fasse une plainte. Cependant, à moins qu'il n'y ait de nombreuses plaintes, il n'y aura vraisemblablement pas de problème.

Il est assez facile d'obtenir des gens qu'ils consentent à un appel lorsqu'il est question des services courants à offrir, qu'il s'agisse de remplacer un chauffe-eau ou de donner un rendez-vous chez l'optométriste pour un examen de la vue. Je pense que les gens exagèrent à la fois la difficulté d'obtenir le consentement et les attentes des consommateurs.

Lorsqu'on m'appelle pour me rappeler de prendre rendez-vous pour me faire examiner la vue après trois ans, je suis reconnaissant, je ne serai pas irrité. À mon avis, les consommateurs raisonnables ne vont pas porter plainte parce que le bureau de l'optométriste leur aura téléphoné pour leur rappeler de prendre un rendez-vous pour un examen de la vue.

Le sénateur Eyton : Il y a quand même transgression.

Le sénateur Gustafson : Pas si vous estimez avoir une relation d'affaires avec l'entité qui appelle ou si une telle relation nécessite un rappel triennal et s'il y a consentement.

Le choix d'un intervalle de 18 mois n'a rien d'arbitraire. La Commission fédérale des communications a d'ailleurs donné son accord. Lorsqu'elle s'est penchée sur la question, elle a tenu compte des divers intervalles demandés par les entreprises, 36 ou 60 mois, ainsi que des consommateurs qui demandaient qu'il n'y ait pas de prolongation au-delà de la fin de la relation d'affaires; pourquoi une entité serait-elle autorisée à appeler encore une fois que la relation d'affaires n'existe plus?

La Commission fédérale des communications a elle aussi précisé que le choix de 18 mois n'avait rien d'arbitraire. Quoi qu'il en soit, nous estimons qu'un consommateur peut raisonnablement s'attendre à recevoir un appel de la part d'une entité avec laquelle il a une relation d'affaires, même si cet appel vient 18 mois après la fin de la transaction ou de ladite relation.

Consumer groups will argue as to why there should be any extension. There are two sides to that one.

The Chairman: Just to clarify, Senator Tkachuk, as you have quoted me several times here, the point I made at the outset was related to the fact that this bill essentially consists of amendments to the sections of the Telecommunications Act that deal with unsolicited telecommunications. The entire thing is about unsolicited telecommunications.

The point I was querying the parliamentary secretary and the officials on was whether that meant that if there was consent — you have said you want me to call you back in three years when your furnace needs cleaning or in two years when your glasses need changing — then you are in the clear.

They said, "Yes, you are in the clear." I think Mr. Gustavson is agreeing with that, but I did not make that assertion on my own. I did check it before I suggested it.

Senator Tkachuk: The interesting thing is that the CRTC witness said that the lady who was organizing the local hockey club was technically breaking the law by using telemarketing to fundraise for an event.

How can you be technically breaking the law? You are either breaking it or not. That shows this is very fuzzy. I can see why the Canadian Federation of Independent Business is concerned about this, because it represents small business. It is not clear what the law is. Our responsibility as legislators is to ensure that the law is clear.

The Chairman: I am not disputing that.

Senator Tkachuk: We are not to leave it up to the CRTC to dispute it. I do not think it is clear. Even the witnesses seem to disagree this morning. I do not think the privacy information is correct either. I am concerned about how this entire thing is being approached. There seems to be a bit of a rush and we should slow it down.

Senator Eyton: My last question is to draw attention to the fact that we heard previous testimony that there were 100 million households registered in the U.S. We now understand that that may not be households. It may be listings, which is different.

I had asked about the similarities between the U.S. legislation and our own. We were told that the only significant difference was the newspaper exemption. I now have heard it suggested that there is also, by legislation, another exemption in the U.S., for business-to-business communication. Again, that would be a significant difference. I say that for the record.

Senator Munson: We talked to many witnesses this morning, from the government, as was mentioned, and the CRTC. We have all these exemptions. Who are the bad guys? For the people who are watching, I want to know who they are. For example, are credit card telemarketers the bad guys? After receiving a

Le groupe de défense des consommateurs va demander pourquoi il devrait y avoir une telle prolongation. Il y a donc deux côtés à cette médaille.

La présidente : Sénateur Tkachuk, vous l'avez cité à maintes reprises ici à titre d'éclaircissement, j'ai précisé que le projet de loi réunit une série d'amendements aux dispositions de la Loi sur les télécommunications qui portent sur les télécommunications non sollicitées. Tout cet exercice porte donc sur les télécommunications non sollicitées.

J'ai demandé au secrétaire parlementaire et à ses hauts fonctionnaires si on était en règle lorsqu'on avait obtenu le consentement de quelqu'un — par exemple, dans le cas où le client aurait dit être d'accord pour qu'à tous les trois ans, on lui rappelle par téléphone de faire nettoyer sa chaudière, ou encore de changer ses lunettes à tous les deux ans.

Ils m'ont répondu oui, l'entreprise serait alors en règle. Je crois que M. Gustavson est d'accord avec cela, mais je n'ai pas affirmé cela sans avoir préalablement vérifié si tel était bien le cas.

Le sénateur Tkachuk : Ce qu'il y a d'intéressant cependant, c'est que le témoin du CRTC nous a dit qu'une femme qui s'occupait du club de hockey local se trouvait à transgresser la loi en recourant au télémarketing pour amasser des fonds destinés à la tenue d'un événement.

Comment peut-on transgresser la loi? On viole la loi ou on ne la viole pas. Ça montre à quel point toute cette question est très floue. Je peux comprendre pourquoi la Fédération canadienne de l'entreprise indépendante est préoccupée, parce qu'elle représente les petites entreprises. La loi n'est pas claire. Notre responsabilité en tant que législateur est de faire en sorte qu'elle le soit.

La présidente : Je n'en disconviens pas.

Le sénateur Tkachuk : Nous n'allons pas nous en remettre au CRTC pour contester les dispositions de la loi. À mon avis, elles ne sont pas claires. Les témoins de ce matin eux aussi semblent en désaccord. Je ne pense pas non plus que le Bureau du commissaire à la protection de la vie privée ait raison. Je me demande vraiment quelle démarche on a suivie. Il me semble qu'on s'est vraiment trop précipité ici, et nous devrions probablement ralentir les choses.

Le sénateur Eyton : Dans le témoignage précédent, nous avons entendu dire qu'il y avait 100 millions de ménages inscrits aux États-Unis. Or, il ne s'agit peut-être pas de ménages mais d'inscriptions sur une liste, ce qui est différent.

J'ai posé des questions au sujet des similitudes entre la loi américaine et la nôtre. On nous a répondu que la seule différence était l'exclusion portant sur les journaux. J'ai toutefois entendu dire que la loi américaine prévoit une autre exclusion, les communications d'entreprise à entreprise. Encore une fois, il s'agit d'une différence importante. Je tenais à le préciser.

Le sénateur Munson : Nous avons entendu beaucoup de témoins ce matin, de l'administration gouvernementale ainsi que du CRTC. Il y a toutes ces exemptions dans le projet de loi. J'aimerais savoir qui sont les méchants là-dedans? Au nom de tous les téléspectateurs, j'aimerais savoir qui ils sont. Ainsi, par

telephone call during which they have not agreed to anything, all of a sudden some people have insurance coverage on their credit card. They are compelled to call back and say that they did not accept that charge. It has happened to many people. I do not know if this proposed legislation covers that situation.

I would like someone to tell me specifically who those rotten people are who are doing these evil things, taking advantage of seniors and so on, selling their product through this campaign that we are supposed to be putting a hammer to.

Mr. Gustavson: Senator, you are touching on two separate issues here. One is control of the abuse of telephone marketing that constitutes fraud or misleading advertising. The Competition Bureau has been enabled through amendments to the Competition Act to take strong action with respect to abuses that amount to telemarketing fraud. We have done so in coordination with our American colleagues, as well, to try to combat cross-border fraud. That is a different issue from the one before us today, which is to control the receipt of unwanted, annoying telemarketing calls. It is solely that. It is not a law enforcement issue or a fraud issue; it is simply to get rid of calls consumers find annoying and that come at inopportune times. Consumers only want to hear from a limited number of people by telephone.

You have raised two different issues. The other is dealt with through the Competition Act by the Competition Bureau, and there is also an inter-jurisdictional police task force on that.

Senator Munson: For the record, can you give me some examples of who the bad guys are? Tell me who we are chasing here with this proposed legislation.

Mr. Taylor: We would like to know the answer ourselves.

Mr. Gustavson: This proposed legislation is not chasing those people. It is solely trying to limit consumer annoyance from unwanted telemarketing calls.

Senator Munson: Who are they?

Mr. Gustavson: There are calls from many people consumers find annoying, whether it is with regard to cleaning their carpets, fixing their roofs or repairing their driveways. Frankly, many of the complaints we get are from small businesses that are not using proper lists or proper targeting. Many of the complaints the CRTC gets are about small business, not large ones.

This bill is specifically designed to control high-volume telemarketing calls Canadians find annoying but that may not constitute fraud or misleading advertising. The problem to which the senator is referring has to do with those who engage in

exemple, est-ce que ce sont les entreprises de télémarketing pour les cartes de crédit? Vous savez, après avoir reçu un appel téléphonique pendant lequel ils n'ont donné leur consentement à rien, des gens découvrent parfois qu'ils ont de nouveaux frais inscrits à leur carte de crédit pour assurance. Ils sont donc obligés de rappeler et de dire qu'ils n'ont jamais consenti à payer ces nouveaux frais. C'est arrivé à beaucoup de gens. J'ignore si le projet de loi couvre ce genre de situation.

J'aimerais bien qu'on me dise qui sont ces sinistres agents qui s'adonnent à toutes ces pratiques répréhensibles, qui abusent des personnes âgées et d'autres, en vendant un produit par des moyens auxquels nous sommes censés mettre un terme.

M. Gustavson : Sénateur, il y a deux questions distinctes dans ce que vous venez de dire. Il y a d'abord l'usage abusif du télémarketing téléphonique, qui constitue un cas de fraude ou de publicité trompeuse. Ici, le Bureau de la concurrence, grâce aux amendements apportés à la Loi sur la concurrence, peut intervenir fermement pour sévir contre des agissements qui sont en fait de la fraude. Nous avons d'ailleurs coordonné nos efforts avec nos collègues américains, et nous nous efforçons aussi de combattre la fraude transfrontalière en matière de télémarketing. C'est toutefois une question distincte de celle dont nous sommes saisis aujourd'hui, à savoir contrôler les appels téléphoniques non sollicités, importuns. Tel est en effet l'objet de notre réunion. Il ne s'agit pas de savoir comment la loi peut sévir dans les cas de fraude; il s'agit simplement de nous débarrasser d'appels importuns ou qui viennent à un moment importun aux yeux des consommateurs. Ces derniers ne veulent être appelés que par un nombre limité de personnes.

Vous avez donc soulevé deux questions distinctes. Je le répète, l'autre peut être réglée par le truchement de la Loi sur la concurrence et par l'intervention du Bureau de la concurrence ainsi que par les efforts déployés par un groupe de travail réunissant des agents de police de plus d'un pays.

Le sénateur Munson : Pour que les gens comprennent clairement, pouvez-vous me donner des exemples de ceux qu'on considère comme méchants dans ce dossier? Qui cherchons-nous à poursuivre grâce à ce projet de loi?

M. Taylor : Nous aimerions bien le savoir nous-mêmes.

M. Gustavson : Le projet de loi ne cherche pas à poursuivre des gens. Il a strictement pour objet de limiter les contrariétés que constituent les appels de télémarketing importuns.

Le sénateur Munson : Mais qui sont-ils?

M. Gustavson : Les consommateurs trouvent irritables bon nombre d'appels, qu'il s'agisse de nettoyer les tapis, de réparer la toiture ou de refaire l'entrée de cour. Franchement, bon nombre de plaintes portent sur les petites entreprises qui n'utilisent pas les bonnes listes ou ciblent mal leur clientèle. Bon nombre des plaintes déposées au CRTC portent justement sur les petites entreprises, pas sur les grandes.

Ce projet de loi a pour objet précis de contrôler le grand nombre d'appels de télémarketing jugés importuns par les Canadiens, mais ça ne signifie pas que de telles activités sont nécessairement de la fraude ou de la publicité mensongère. La

high-pressure sales tactics, especially with those who are vulnerable in our society, such as senior citizens, disabled people and people who are lonely. There is a huge problem out there in other areas with which the government is trying to deal, but this is simply to avoid the annoyance of phone calls that Canadians do not seem to want.

The Chairman: Would this list apply to those high-pressure, dare I say, bucket shots?

Mr. Gustavson: Absolutely, yes, it would.

Senator Tkachuk: What Canadians do not want is to be called and disturbed on a consistent basis. They do not say, "I do not want the guy to call because he is offering to clean my driveway. I do not want the driveway cleaning guys to call me." That is not what people say in the telephone survey. They do not say, "I do not want the pizza parlour to call me." Those are the calls I like, about the two-for-one pizzas, especially before dinner rather than after.

They are complaining about the very people we are exempting. That is who people get all the phone calls from. They are getting calls from the people we are exempting. What is the point of the bill? I do not see the point. I do not care who you ask, people do not get many annoying calls from the small-business person. People may want to have their driveway cleaned.

Mr. Gustavson: Senator, I think you are wrong. Surveys out there indicate Canadians want this bill. It is one of the most popular to come before this Parliament.

Senator Tkachuk: We have all these exemptions. It is like tax cuts 10 years from now. People want tax cuts, but not 10 years from now.

Mr. Gustavson: With respect, you are exaggerating the extent of the exemptions. I do not know about newspapers, but certainly in the case of charities, where there is an overwhelming public good, surveys indicate people do not resent those calls. Some would like to avoid cold calls from people of whom they have not heard, offering an irrelevant service. This bill simply gives consumers a choice.

Senator Tardif: I wanted to provide a piece of information that I received that indicated that the CRTC has received up to 9,000 complaints a year from people who are unsatisfied with the current arrangements for telemarketing. I do not know who the bad guys are specifically, but there are many people complaining.

The Chairman: That is even though a similar survey shows that hardly anyone knows you are allowed to complain.

problème soulevé par le sénateur est causé par les entreprises qui utilisent des méthodes de vente forcée, surtout pour s'imposer auprès de ceux qui sont les plus susceptibles d'être des victimes dans notre société, par exemple, les personnes âgées, les personnes handicapées et les gens seuls. Il existe effectivement d'énormes problèmes de ce genre, que le gouvernement s'efforce d'ailleurs de combattre, mais ici, il est strictement question d'éviter aux Canadiens la contrariété de recevoir des appels non sollicités et importuns.

Le président : Est-ce que cette liste s'applique aussi à ces entreprises que j'oserais peut-être appeler « de vente sous pression ou douteuses »?

M. Gustavson : Tout à fait, oui.

Le sénateur Tkachuk : Ce que les Canadiens ne veulent pas, c'est recevoir sans cesse des appels qui les dérangent. Ils ne disent pas qu'ils veulent bloquer les appels d'entreprises leur offrant de nettoyer leur accès au garage. Tout au moins, ce n'est pas ce qu'ils me disent lorsque je les sonde, en utilisant moi-même le téléphone. Ils ne disent pas non plus qu'ils ne veulent pas que la pizzeria les appelle. Pour ma part, j'aime bien qu'on m'appelle pour m'offrir deux pizzas pour le prix d'une, surtout avant le dîner.

Non, ceux dont les Canadiens se plaignent, c'est de ceux auxquels nous accordons une dérogation. C'est d'eux qu'ils reçoivent tous ces appels téléphoniques, de tous ceux auxquels nous permettons de déroger aux règles. Où veut en venir le projet de loi? Je ne vois pas. Demandez-le à qui vous voudrez, mais les gens ne reçoivent pas d'appels importuns des petites entreprises, et il se peut aussi qu'ils aient envie de faire nettoyer leur accès au garage.

M. Gustavson : Sénateur, je crois que vous faites erreur. D'après les sondages d'opinion, les Canadiens veulent cette loi. C'est l'un des projets de loi les plus populaires qui ait été présenté pendant cette législature.

Le sénateur Tkachuk : Mais il y a toutes ces exemptions. C'est comme promettre des baisses d'impôt dans 10 ans. Les gens veulent bien des baisses d'impôt, mais pas dans 10 ans.

M. Gustavson : Sauf votre respect, vous exagérez l'étendue des exemptions. Ce n'est peut-être pas le cas des abonnements des journaux, mais dans le cas des organismes de bienfaisance, qui se dévouent incontestablement pour le bien public, les sondages indiquent que les gens acceptent assez bien ces appels. Certains souhaitent ne pas recevoir d'appels impromptus de la part d'entreprises qu'ils ne connaissent et qui leur offrent un service dont ils n'ont pas besoin. Ce projet de loi donne simplement le choix aux consommateurs.

Le sénateur Tardif : J'ai appris que le CRTC reçoit jusqu'à 9 000 plaintes par année de gens qui sont mécontents des modalités actuelles de télémarketing. Je ne sais pas qui sont les coupables, mais beaucoup de gens se plaignent.

La présidente : Et ce, même si, d'après un sondage semblable, presque personne ne sait qu'on peut porter plainte.

Senator Tkachuk: What are they complaining about? Is it about charities, political parties or small business?

Senator Tardif: I do not have that detail.

Senator Tkachuk: It is not valid then.

The Chairman: This has been fascinating; absolutely fascinating. Thank you all very much. It is frustrating, because we could spend one full day with each of you, but we do not have that time. That is the nature of the parliamentary process, but you have all done a good job of getting your core points across in a succinct and intelligible fashion.

I will now invite our next witnesses, who are from the Public Interest Advocacy Centre, to come forward.

Welcome. You have five minutes, and then we get to ask questions.

John Lawford, Legal Counsel, Public Interest Advocacy Centre: The Public Interest Advocacy Centre is the first, and I believe the only, consumer group that has testified before either committee so far, and I wish to underline that.

Consumers do want this bill. That I will make clear. The most recent survey from the Environics poll also makes it clear. However, there are certain elements to this bill that we would like to deal with in your committee rather than in the public notice process before the CRTC. Our submissions are highlighting three — but there are now four — concerns that have come up in the deliberations so far.

I will add one right off the bat, that is, through all of the committee hearings we have heard this list will be run at no cost to consumers. Our concern is that there is nothing in the proposed legislation to guarantee that. I believe the experience in the United States was that Congress gave some seed money to start up their do-not-call list in case there were not enough funds from telemarketers to actually run the list. Our concern is that there may be a facility within the proposed legislation to charge consumers, or there is nothing in there that actually prohibits it; that is a new addition to our submissions.

The other three concerns we have in representing consumers are, first, the exemptions under the bill are wide and do not constitute a proper balance between consumer privacy interests and businesses' need to contact existing customers.

I would like to deal with the issue that has not been dealt with, and you will hear about it, I believe, from the next panel, and that is charitable solicitation telemarketing. Charities represent 44 per cent of calls. That is what the latest Environics poll has shown us. These calls are currently exempted almost completely, except the charity has to keep a secondary list under this proposed legislation. Our concern is that charitable organizations may not be able to keep their lists up to date in the necessary fashion and will run the risk, through lack of

Le sénateur Tkachuk : De quoi se plaint-on? Des appels provenant d'organismes de bienfaisance, de partis politiques ou de petites entreprises?

Le sénateur Tardif : Je n'ai pas ces renseignements.

Le sénateur Tkachuk : Alors, cette information est inutile.

La présidente : Cette discussion a été absolument passionnante. Je vous remercie tous. Nous aimerions bien discuter avec chacun de vous pendant une journée entière, mais nous n'en avons pas le temps. Cela tient à la nature même du processus parlementaire. Toutefois, vous avez tous très bien exprimé votre point de vue de façon intelligible et succincte.

J'inviterais maintenant nos prochains témoins, les représentants du Centre pour la défense de l'intérêt public, à prendre place à la table.

Soyez les bienvenus. Vous avez cinq minutes pour présenter votre exposé. Ensuite, nous vous poserons des questions.

John Lawford, conseiller juridique, Centre pour la défense de l'intérêt public : Le Centre pour la défense de l'intérêt public est le premier, et je crois le seul, groupe de consommateurs à avoir témoigné jusqu'à maintenant devant l'un ou l'autre comité. Je tenais à le souligner.

Je tiens à dire clairement que les consommateurs souhaitent effectivement l'adoption de ce projet de loi. Cela ressort très clairement par ailleurs du dernier sondage de la firme Environics. Il y a cependant certains aspects de ce projet de loi que nous souhaitons commenter devant votre comité plutôt que dans le cadre du processus d'avis public du CRTC. Notre mémoire fait état de trois préoccupations qui ont été évoquées dans vos délibérations jusqu'ici, mais il y en a à présent quatre.

Permettez-moi de décrire dès le départ cette dernière préoccupation. Depuis le début des audiences de votre comité, on dit que cette liste ne coûtera rien aux consommateurs. Or, il n'y a rien dans le projet de loi qui le garantisse. Aux États-Unis, le Congrès a fourni des fonds de démarrage pour permettre d'établir la liste d'exclusion, au cas où les télévendeurs n'auraient pas assez d'argent pour tenir cette liste. Nous craignons que le projet de loi permette de facturer les consommateurs qui souhaiteraient s'inscrire sur cette liste, car rien ne l'interdit formellement; voilà un élément qui vient s'ajouter à ce qui est dit dans nos mémoires.

Trois autres aspects de ce projet de loi nous préoccupent car nous représentons les consommateurs. Premièrement, il prévoit des exemptions très vastes et n'assure donc pas un juste équilibre entre le besoin des consommateurs au respect de leur vie privée et le besoin des entreprises de communiquer avec leurs clients.

Je vais aborder une question qui n'a pas encore été discutée, et dont je crois que le prochain groupe de témoins vous parlera, la sollicitation téléphonique de la part d'organismes de bienfaisance. D'après le plus récent sondage de la firme Environics, celle-ci représente 44 p. 100 des appels. En vertu du projet de loi, ces appels sont presque complètement exemptés, pourvu que l'organisme de bienfaisance tienne une liste secondaire. Nous craignons que ces organismes ne soient pas en mesure de tenir leurs listes à jour, si bien qu'elles risquent, faute de ressources ou

resources or negligence, of continuing to call consumers who have expressed a concern about being called and would like to be placed on the secondary list. We propose an amendment to have the do-not-call administrators keep the secondary lists for the charities. Whether that is feasible is something I would like to explore with you in questions.

Second is the exemption for existing business relationships. The existing business relationship is not exactly parallel to the United States' existing business relationship in at least one aspect, inquiries and applications. My understanding is that in the United States, you have three months to call after an inquiry or application. In our bill it is six months. I do not see why, if we are using their model and trying to keep the systems parallel, there is this difference.

We feel that the existing business relationship exemption in general is long and that 18 months is not a reasonable amount of time to call customers after they have had a relationship with a business that has ended. Eighteen months of "tail" calling is a long time and we think that most consumers would consider that to be incompatible with the creation of a do-not-call list.

Finally, we are concerned about the consent issue. You have heard about consent in cyclical businesses. Our concern is more from a privacy point of view, that is, that often in the business world in the fishbowl example that has been given, people do not know that that will lead to telemarketing; that consent is not clear. If you are to address a consent override in this bill, perhaps you could consider putting in an amendment to clarify how long that consent is good for. We would like it to be very short — actually, non-existent — but we realize that there are some practicalities involved with people who need to call in two years, for example.

Our last two concerns deal with issues that have been touched on only once. First, who will run this database? Our concern is that the administrator of this database should be truly independent.

The Canadian Marketing Association has expressed some interest in running this database. We do not think they are a proper administrator for the database. They will not look after the public interest because they will be in a conflict position, given that their own members are telemarketers or heavy users of telemarketing services. In that instance, we ask the committee to consider moving an amendment that will make the independence of the administrator from all forms of telemarketing a requirement, so that you cannot be in the business of marketing or representing telemarketers and be the administrator of the list.

Finally, one issue that was briefly touched on by the representative of the CRTC is voice casting, or leaving voice mail in people's voice mailboxes without ringing the telephone. At the moment, the CRTC has allowed that to occur outside of the telemarketing rules. We are not pleased with that result. It would

par négligence, de continuer à appeler des consommateurs qui ont exprimé leur désir de ne plus être appelés et qui voudraient être inscrits sur la liste secondaire. Nous proposons un amendement selon lequel les administrateurs de la liste d'exclusion tiendraient les listes secondaires pour les organismes de charité. J'espère pouvoir explorer la faisabilité de cette option pendant la période réservée à vos questions.

Deuxièmement, il y a l'exemption prévue pour les relations d'affaires en cours. Les dispositions à cet égard ne sont pas identiques à ce qui est prévu dans les lois américaines, du moins sur le plan des demandes et sollicitations. Je crois qu'aux États-Unis, on peut vous rappeler trois mois après une demande de renseignements ou une sollicitation, alors que le projet de loi C-37 prévoit un délai de six mois. Puisque nous nous inspirons du modèle américain, je ne comprends pas la raison d'être de cette différence.

À notre avis, l'exemption relative aux relations d'affaires en cours est trop longue; il nous semble bien raisonnable qu'une entreprise soit autorisée à rappeler ses clients 18 mois après avoir fait affaire avec lui. Ce délai nous semble trop long et à notre avis, la plupart des consommateurs le jugeraient incompatible avec la création d'une liste d'exclusion.

Enfin, notre préoccupation a trait à la question du consentement. Des témoins vous ont parlé de la question du consentement dans les entreprises cycliques. Nous craignons les conséquences de cette pratique sur le respect à la vie privée; d'après l'exemple du bocal à poissons que j'ai donné, les gens ne savent pas qu'en remplissant une telle fiche ils acceptent d'être contactés par le télévendeur; ils ne donnent pas clairement leur consentement. Si vous souhaitez inclure dans ce projet de loi des dispositions permettant de déroger au principe du consentement, vous devriez les insérer dans un amendement qui préciserait la durée de validité dudit consentement. Nous voulons qu'elle soit très courte — en fait nulle — mais nous comprenons la situation des entreprises qui doivent rappeler leurs clients après deux ans, par exemple.

Nos deux derniers commentaires visent des sujets qui n'ont été abordés qu'une fois. Premièrement, qui gèrera cette base de données? Nous souhaitons que l'administrateur de la base de données soit vraiment indépendant.

L'Association canadienne du marketing s'est dite prête à gérer cette base de données, mais nous ne croyons pas que cette tâche doive lui être confiée. Elle ne veillera pas à l'intérêt public parce qu'elle sera en conflit d'intérêts, étant donné que ses propres membres sont des télévendeurs ou de gros utilisateurs de services de telemarketing. Nous demandons à votre comité d'adopter un amendement exigeant que l'administrateur de la liste n'ait aucun lien avec les services de telemarketing. On ne peut pas à la fois gérer la liste et faire du telemarketing ou représenter des télévendeurs.

Enfin, un représentant du CRTC a brièvement abordé la question du « voice casting », c'est-à-dire de laisser un message vocal dans la boîte vocale des gens sans faire sonner le téléphone. Le CRTC a accepté de soustraire ces activités aux règles qui s'appliquent au telemarketing. Nous sommes mécontents de cette

surprise people if the do-not-call list covered telephones ringing but not voice mail messages left in their voice mailboxes. We think a technical amendment is needed to specify that in the definition of "telecommunications," these voice mail messages directly to voice mailboxes without ringing the phone would be covered by the do-not-call list.

Those are our submissions and I welcome any questions from the senators.

Senator Tkachuk: The Environics poll indicated that not only did 44 per cent of calls come from charities, but 24 per cent are from companies with which the callers have an ongoing business relationship, which are also exempt. In addition, about 27 per cent were cold calls from companies they had never heard of before, which could also be newspapers or, perhaps, polling firms. We have a situation where that represents 68 per cent of all the telemarketing calls that people get. The others could be political parties or from the other exempt list. Do you favour all these exemptions?

Mr. Lawford: No. Our position before the committee in the other place is that we do not want any exemptions at all. The exemptions train seems to have left the station, and we are taking a more pragmatic approach here before you.

If it were possible to run the lists for the three years with no exemptions, that would be our favoured position. However, given the fact that we are here today and the bill is as far along as it is, we thought that taking that position would be viewed as unreasonable. It would be interesting to see the results on the calls, because as you say, that involves the majority of calls, and what are we really cutting out here if we do pass it with exemptions. That would be somewhat addressed by reducing the existing business relationship from the rather lengthy period suggested by the marketing association; that would help. It would also help somewhat if we were to consider a narrower charitable exemption, but I will stop there.

Senator Tkachuk: Are you concerned about the vagueness of the law? It is not very specific and people could get caught up in this. Are you happy with the law the way it is? Would you like to see some improvements? Do you care, since you are just protecting consumers and not necessarily the people who may be caught in this web?

Mr. Lawford: By "the law," you mean the new proposed sections of the Telecommunications Act?

Senator Tkachuk: Yes.

Mr. Lawford: We would like to have more detail. We look forward to seeing some of that in the regulations before the CRTC. For example, someone raised the issue of once I call a business, how many other related businesses can call me? If it is Bell Canada who calls me and I say no, would Bell Mobility be

décision. Les gens seraient surpris d'apprendre que la liste d'exclusion s'applique aux appels téléphoniques mais pas aux messages laissés dans les boîtes vocales sans que le téléphone n'ait sonné. Il faut à notre avis apporter un amendement technique précisant, dans la définition de « télécommunications », que les messages envoyés directement et silencieusement aux boîtes vocales sont visés par la liste d'exclusion.

Voilà ce que nous proposons. Je serais ravi de répondre aux questions des sénateurs.

Le sénateur Tkachuk : D'après le sondage de la firme Environics, si 44 p. 100 des appels provenaient d'organismes de bienfaisance, 24 p. 100 provenaient d'entreprises qui entretenaient des relations d'affaires en cours avec le client, lesquelles sont également exemptées. De plus, environ 27 p. 100 des appels impromptus venaient d'entreprises dont ils n'avaient jamais entendu parler, qui pourraient être aussi bien des journaux, voire des maisons de sondage. À l'heure actuelle, cela représente 68 p. 100 des appels de télévendeurs. Les autres appels pourraient provenir de partis politiques ou d'autres organismes exemptés. Êtes-vous d'accord avec ces exemptions?

M. Lawford : Non. Lors de notre comparution devant le comité de la Chambre des communes, nous avons indiqué que nous ne voulions absolument aucune exemption. Malheureusement, comme il semble de toute façon qu'il y aura des exemptions, nous avons adopté devant vous une attitude plus pragmatique.

Nous préférierions que l'on utilise les listes pendant les trois premières années sans aucune exemption, si c'était possible. Cependant, étant donné que l'étude du projet de loi est assez avancée, nous avons cru que cette position serait considérée comme déraisonnable. Il serait intéressant de voir les résultats d'une telle mesure sur les appels, parce que, comme vous l'avez indiqué, ces exemptions représentent la majorité des appels. En procédant de cette façon, on saurait combien d'appels seraient visés par d'éventuelles exemptions. On pourrait aussi remédier quelque peu à la situation en réduisant la durée plutôt longue des relations d'affaires en cours proposée par l'Association du marketing. Il serait utile par ailleurs de restreindre l'exemption accordée aux organismes de charité, mais je m'arrête là.

Le sénateur Tkachuk : La loi vous semble-t-elle trop floue? Elle n'est pas très précise et cela pourrait occasionner certains problèmes. Êtes-vous satisfait du libellé actuel du projet de loi? Avez-vous des améliorations à proposer? Qu'en pensez-vous, étant donné que vous cherchez à protéger les consommateurs et pas nécessairement les personnes qui pourraient subir les effets de cette mesure?

M. Lawford : Est-ce qu'en parlant de la « loi », vous entendez les modifications proposées à la Loi sur les télécommunications?

Le sénateur Tkachuk : Oui.

M. Lawford : Nous voudrions avoir plus de précision. Nous espérons qu'il y en aura dans le règlement soumis au CRTC. Par exemple, quelqu'un a posé la question suivante : si j'appelle une entreprise une fois, combien d'autres entreprises connexes peuvent m'appeler? Si un représentant de Bell Canada m'appelle

able to call me and then Bell ExpressVu? The bill talks about how any person or organization may call me. What does "organization" mean? We would like it to be simply "that organization." In that way, if Bell Canada calls me because they have my consent or we have an existing business relationship, that does not give a separate legal entity like Bell Mobility the right to call me just because they both use the word "Bell" in their names. I believe that is the rule in the United States. There is a test whereby a reasonable consumer would consider the two entities somewhat related. We would prefer a stricter test whereby an existing legal relationship does not cover both businesses.

Senator Tkachuk: Were you concerned about what the Federation of Independent Business said about some of the problems they might experience? There is even some confusion about the \$15,000, whether it is a \$15,000 fine for the infraction or \$15,000 per call, which is an entirely different story. If it is per call, which I think it is, three calls is \$45,000. The fine is per call, not \$15,000 for the actual event. That can be a substantial amount of money.

Mr. Lawford: It is a difficult situation to set up. Perhaps it could be refined by creating a middle category. The fine must be high enough to deter hard-core telemarketers who will continue despite the prohibitions. On the other hand, if it is a small business making a genuine error, you do not want to penalize them with such a high fine. Perhaps we could consider a middle ground. I do share those concerns to that extent.

However, small-business owners who cold call people would be caught by the proposed legislation. From a consumer point of view, we feel that that method of first contact is to be balanced against its intrusiveness.

Senator Tkachuk: Why do you put your name in the phone book unless you want people to call you? I do not understand this. I am a consumer, too. Once I put my name in the phone book, I want people to call me. I do not put my name in the phone book so people will not phone me. Why should the small business not be able to call to see if they can sell you a car, some insurance or a pizza? Take your name out of the phone book and then you will not get the call.

Mr. Lawford: Consumers are saying that cumulatively, those calls are annoying.

In the surveys they say they would like to be able to reduce the calls. Perhaps those surveys were not refined enough in the sense that maybe they would like to reduce calls from large organizations who will be exempted by this business

et que je refuse le produit qu'on me propose, Bell Mobilité aura-t-elle le droit de m'appeler, de même que Bell ExpressVu? Le projet de loi énonce dans quelles conditions n'importe quelle personne peut m'appeler. Comment définit-on le mot « organisation »? Nous voudrions qu'il s'agisse simplement de « cette organisation-là ». Ainsi, si Bell Canada m'appelle parce que j'y ai consenti ou parce que j'entretiens avec cette entreprise une relation d'affaires, une autre entité légale comme Bell Mobilité n'aura pas le droit de m'appeler simplement parce que sa raison sociale inclut le mot « Bell ». Je crois que c'est la règle qui s'applique aux États-Unis. On a défini un critère selon lequel un consommateur raisonnable estimerait que les deux entités sont reliées. Nous préférons un critère plus strict selon lequel il ne faudrait pas qu'il y ait de relations légales entre les deux entreprises.

Le sénateur Tkachuk : Que pensez-vous des problèmes que cela pourrait causer pour la Fédération canadienne de l'entreprise indépendante? Il y a un certain malentendu au sujet de l'amende de 15 000 \$; pourrait-on infliger une amende de 15 000 \$ pour l'infraction globale ou pour chaque appel, ce qui est tout à fait différent. Si on peut infliger cette amende pour chaque appel, et ce que je crois comprendre, pour trois appels, le montant s'élèverait à 45 000 \$. L'amende de 15 000 \$ s'applique pour chaque appel, et non pas pour l'infraction en tant que telle. Cela peut représenter beaucoup d'argent.

M. Lawford : C'est assez difficile à déterminer. On pourrait peut-être créer une catégorie intermédiaire. L'amende serait assez lourde pour dissuader les télévendeurs qui persistent à enfreindre les règles, malgré les interdictions. En revanche, s'il s'agit d'une erreur de bonne foi commise par une petite entreprise, il ne faut pas la pénaliser par une amende aussi lourde. On pourrait peut-être trouver une solution de compromis. Jusque-là, je partage ces préoccupations.

Cependant, les propriétaires de petites entreprises qui appellent des gens au hasard seraient visés par le projet de loi. Il faut évaluer la mesure dans laquelle cette méthode d'établissement d'un premier contact porte atteinte à la vie privée des consommateurs.

Le sénateur Tkachuk : Mais si on fait inscrire son nom dans l'annuaire téléphonique, c'est parce qu'on veut que les gens nous appellent, non? Je ne comprends pas. Moi aussi, je suis un consommateur et si j'ai fait inscrire mon nom dans l'annuaire, c'est que je veux qu'on m'appelle. Si je ne veux pas qu'on m'appelle, je ne fais pas inscrire mon nom dans l'annuaire. Pourquoi interdirait-on aux petites entreprises d'appeler les gens pour leur proposer une voiture, une police d'assurance ou une pizza? Ceux qui ne veulent pas se faire appeler n'ont qu'à faire rayer leur nom de l'annuaire.

M. Lawford : Les consommateurs sont importunés par tous ces appels.

D'après le sondage, ils voudraient pouvoir en réduire le nombre. Les sondages ne sont peut-être pas assez précis pour qu'on sache s'ils souhaitent qu'on limite davantage les appels provenant de grosses entreprises qui seront exemptées en raison

relationship provision even more than those from small businesses, but we do not have that information. It is difficult; I can see where you are coming from.

Senator Tkachuk: People do not like advertising on television, either. They do not like anything. They do not like all the flyers in the paper. You have to be more precise than that.

The Chairman: Many people like the flyers.

Senator Tkachuk: I do, too; I like the coupons.

[Translation]

Senator Chaput: Yours is a non-profit centre and your association exists on a national level throughout Canada. Who are the consumers you represent and how many of them are there? You must surely consult them, so how do you go about that? What kind of process do you follow in order to report back the concerns of your consumers?

Mr. Lawford: Our association has about a thousand members. We receive complaints directly from consumers by e-mail or by phone.

We also have some experience as consumer representatives at CRTC hearings. We have conducted consultations with various consumer groups such as the Union des consommateurs du Québec, Option Consommateurs and the BCPIAC in British Columbia. Very recently, we put forth an initiative to form a collective of various groups.

We are not completely at the bottom of the ladder. Our centre is there to discuss these issues.

Senator Chaput: You referred to a number of groups and associations.

Mr. Lawford: Option Consommateurs and also the Union des consommateurs du Québec.

Senator Chaput: Are these groups in every province or right across Canada?

Mr. Lawford: No, unfortunately. The Consumers' Association of Canada has regional branches in a number of provinces. These groups are to be found especially in Quebec, in British Columbia, and Ontario.

Senator Chaput: How do you consult the consumers who live in provinces where no consumer group exists?

Mr. Lawford: There are scant few people working at the Public Interest Advocacy Centre. Only three people in fact. Through our board, we get nominations for various regions. We accept complaints lodged directly by consumers from these regions. However, there is no formal process which exists.

de la relation d'affaires en cours plutôt que des appels de petites entreprises. Nous l'ignorons. Je comprends que votre tâche n'est pas facile.

Le sénateur Tkachuk : Les gens n'aiment pas non plus les publicités télévisées. Ils n'aiment aucune forme de sollicitation, pas plus le feuillet publicitaire inséré dans leur journal. Il faut être plus précis que cela.

La présidente : Beaucoup de gens aiment bien les dépliants publicitaires.

Le sénateur Tkachuk : C'est mon cas; j'aime bien les coupons rabais.

[Français]

Le sénateur Chaput : Votre centre est à but non lucratif et votre association existe à l'échelle nationale canadienne. Qui sont les consommateurs que vous représentez et combien sont-ils? Vous devez sûrement les consulter, alors comment vous y prenez-vous? Quel genre de processus suivez-vous pour témoigner des inquiétudes de vos consommateurs?

M. Lawford : Notre association compte environ 1 000 membres. Nous recevons des plaintes directement des consommateurs par courriel ou par téléphone.

Nous avons également une certaine expérience comme représentant des consommateurs lors des audiences du CRTC. Nous avons fait des consultations auprès de différents groupes de consommateurs tels l'Union des consommateurs du Québec, Option Consommateurs et le BCPIAC en Colombie-Britannique. Tout récemment, nous avons mis de l'avant une initiative visant à former un collectif des différents groupes.

Nous ne sommes donc pas tout à fait au bas de l'échelle. Notre centre est là pour parler de ces sujets.

Le sénateur Chaput : Vous avez mentionné certains groupes et associations.

M. Lawford : Option Consommateurs et aussi l'Union des consommateurs du Québec.

Le sénateur Chaput : Est-ce qu'on retrouve ces groupes dans chaque province ou à travers le Canada?

M. Lawford : Non, malheureusement. L'Association des consommateurs du Canada a des sections régionales dans quelques provinces. On retrouve de ces groupes surtout au Québec, en Colombie-Britannique et en Ontario.

Le sénateur Chaput : Comment procédez-vous pour consulter les consommateurs qui demeurent dans ces quelques provinces où on ne retrouve pas de regroupement de consommateurs?

M. Lawford : Les effectifs du Centre pour la défense de l'intérêt public est plutôt minime. Nous n'avons que trois personnes qui y travaillent. Par le biais de notre conseil d'administration, nous recevons des nominations pour diverses régions. Nous acceptons les plaintes directement des consommateurs de ces régions. Toutefois, nous n'avons pas de processus formel.

[English]

Senator Munson: Do you think we are moving too fast, that we should sit back and reflect and make amendments to send back to the House on this entire issue? If so, what should they be? We have heard so many diverse voices. At the beginning of the day it was almost a slam dunk. It does not seem to be that any more.

Mr. Lawford: That is an interesting set of tactics.

When we started this process, I believe the CRTC initially testified before the Commons and expected the first draft of the bill would go through. It was just "Give us monetary penalties, let us set up the list and trust us to do the rest in a public notice." Then the Commons committee heard from charitable groups and business organizations that there should be exemptions and, for some reason, did not hear from us. Now you are hearing from us and from other groups that seem to have had some difficulty in getting their concerns heard.

Yes, I believe it is moving very fast. We were prepared to live with the process of the CRTC public notice situation because the CRTC has dealt with it for 12 or 15 years. However, we were expecting the bill to come back without amendments. Coming back with a few amendments that we do not like is not our preferred option, and having it go through so quickly is doubly bad. At this point we are asking for amendments favourable to consumer groups before it is sent back, or a plain vanilla version of the bill as it was, and let the CRTC go through all of these questions.

We would prefer it if you were able to make the amendments that we felt were important and get the list done now, because the clock is ticking.

Senator Munson: Could you walk us briefly through that gain? I would like to know.

Mr. Lawford: Sure. The first issue is that there is a secondary list requirement for both businesses and charities. We are concerned that that secondary list requirement will not be effective because the charities and businesses themselves are responsible for keeping those lists. They then face enforcement if they do not keep them up to date. We have heard from the independent business people that it would be difficult to keep their lists up to date. I suspect it would be the same for charities, small or large. Why not consider an amendment that lets the do-not-call list administrator keep individual names associated with individual charities? You would have to be careful about keeping that information private, but perhaps they could run it. In that way, the secondary lists would also be administered by the national do-not-call registry. That is the first concern.

[Traduction]

Le sénateur Munson : Trouvez-vous que nous allons trop vite, que nous devrions prendre le temps de réfléchir et de formuler des amendements qu'on pourrait déposer devant la Chambre? Dans ce cas, quels seraient-ils? Nous avons entendu une foule de points de vue différents. Au début de nos audiences, tout semblait presque évident, mais ce n'est plus de cas.

M. Lawford : C'est une tactique intéressante.

Au début de notre étude, je crois que le CRTC a d'abord comparu devant le comité de la Chambre des communes et s'attendait à ce que la première version du projet de loi soit adoptée. Sa position pouvait se résumer à : « Donnez-nous le droit d'infliger des amendes, laissez-nous dresser la liste et faites-nous confiance pour l'émission d'avis publics. » Par la suite, le comité de la Chambre des communes a entendu les représentants d'organismes de bienfaisance et de regroupements d'entreprises qui ont fait valoir la nécessité de prévoir des exemptions; pour une raison que j'ignore, ce comité ne nous a pas entendus. À présent, vous entendez notre point de vue et celui d'autres groupes qui semblent avoir également eu du mal à se faire entendre.

Oui, je pense que ça va très vite. Nous aurions accepté le processus d'avis public du CRTC parce que le CRTC s'en occupe depuis 12 ou 15 ans. Cependant, nous pensions que le projet de loi allait être adopté sans amendement. Or, on a proposé quelques amendements que nous n'approuvons pas; et nous sommes encore plus contrariés par la rapidité du processus. Nous demandons qu'on apporte au projet de loi des amendements favorables aux groupes de consommateurs avant de le renvoyer au Sénat; sinon, nous souhaitons qu'on renvoie le projet de loi tel quel et qu'on laisse au CRTC le soin d'examiner toutes ces questions.

Nous préférierions que vous apportiez les amendements qui nous semblent importants et que vous régliez la question de la liste toute de suite, parce que le temps file.

Le sénateur Munson : Pourriez-vous nous décrire de nouveau brièvement ce que vous demandez?

M. Lawford : Bien sûr. Tout d'abord, nous voulons qu'on exige la création d'une liste secondaire aussi bien pour les entreprises que pour les organismes de bienfaisance. Nous craignons cependant que cette mesure ne soit pas efficace parce que les organismes de bienfaisance et les entreprises auront la responsabilité de tenir ces listes secondaires. Ils seront passibles de sanctions s'ils ne les tiennent pas à jour. Des représentants de l'entreprise indépendante ont fait valoir qu'il leur serait difficile de tenir leurs listes à jour. J'imagine que cela vaut également pour les organismes de bienfaisance, gros ou petits. Pourquoi ne pas proposer un amendement en vertu duquel l'administrateur de la liste d'exclusion serait chargé de tenir la liste des noms de personnes exclues pour chaque organisme de charité? Il faudrait faire en sorte que ces renseignements restent confidentiels, mais les administrateurs pourraient peut-être s'en occuper. Ainsi, la liste secondaire serait-elle aussi gérée par les administrateurs de la liste nationale des abonnés auto-exclus. Voilà notre première proposition.

Our second concern is the need for an amendment to the existing business-customer relationship clause. First, for inquiries and applications, at the very least, it should be reduced from a six-month window after an inquiry or application to three months. We would prefer it did not exist at all. However, if you want to line it up with the United States' registry, it should be three months.

We would also like you to consider a shorter exemption than the current 18 months after a contract ends, which seems a long time to be taking calls from a business with which you may or may not have severed ties, voluntarily or otherwise.

As a side note, it seems that the issue of waivers of consent — in other words, a business can ask for an exemption from the list — is not dealt with in the bill. It seems that parties have many different opinions on that. We would like it to be a clear exemption, if at all, so that consumers know, and they opt in rather than opt out. Perhaps that should be dealt with here.

We do want to keep the do-not-call list out of the hands of marketers just because they are the other side, and we need an independent administrator. We would like that to be someone who does not have a marketing relationship.

The final one is if voice mail is to be the new way of marketing, it is a good way to avoid this list if it is not covered by the bill, and we would like to be darn sure that that loophole, if you will, is closed.

Those are our four suggestions for the bill. Otherwise, we do want the list to go ahead.

The Chairman: Thank you for an interesting presentation. We are grateful to you. I am sorry not to be able to keep you longer, but we are running out of time.

Mr. Lawford: I appreciate that.

The Chairman: I would now ask our next large batch of witnesses to come forward.

We are pleased to welcome, from Primerica Financial Services Ltd., Mr. Peter W. Schneider, Executive Vice-President, and Mr. Hande Bilhan, Senior Vice-President, Government Affairs. From Canadian Life and Health Insurance Association, we welcome Mr. Jean-Pierre Bernier, Vice-President and General Counsel, and Mr. Peter Goldthorpe, Director, Marketplace Regulation Issues; and from the Ottawa Chapter, Association of Fundraising Professionals, Mr. J. Boyd McBride.

J. Boyd McBride, Chair, Ottawa Chapter, Government Relations Committee, Association of Fundraising Professionals: I am here as the National Director of SOS Children's Villages, which is the world's largest orphan charity. Today, however, I am also representing the Association of Fundraising Professionals, which is a 27,000-member-strong organization committed to advancing philanthropy. We have 2,700 members across Canada and chapters in almost every Canadian city and province. We are here because a national do-not-call list would detrimentally affect

Nous demandons aussi un amendement relativement à la disposition qui prévoit l'existence d'une relation d'affaires entre l'entreprise et le client. Premièrement, à tout le moins pour les demandes de renseignements et les sollicitations, cette période devrait être ramenée de six à trois mois. Nous préférierions qu'elle n'existe même pas. Cependant, si on veut s'aligner sur le registre qui existe aux États-Unis, le délai devrait être de trois mois.

Nous aimerions également que vous songiez à adopter une période d'exemption plus courte que les 18 mois habituels après la fin d'un contrat, qui semble être une longue période pour recevoir des appels d'une entreprise avec laquelle vous avez peut-être, et peut-être pas, rompu, volontairement ou autrement.

Entre parenthèses, le projet de loi ne semble pas prévoir la dispense du consentement — en d'autres mots, une entreprise peut demander une exemption. Il semble que les parties aient de nombreuses opinions divergentes à ce sujet. Si une telle exemption est accordée, nous aimerions qu'elle soit claire afin que les consommateurs sachent et qu'ils puissent choisir d'adhérer plutôt que de se retirer. Il conviendrait peut-être d'en traiter ici.

Nous ne voulons pas empêcher les télévendeurs d'avoir accès à la liste d'exclusion simplement parce qu'ils sont de l'autre côté, et il nous faut un administrateur indépendant. Nous aimerions que cet administrateur n'ait aucune relation de marketing.

Enfin, si le courrier vocal doit devenir le nouveau mode de marketing, et s'il n'est pas visé par le projet de loi, il pourrait devenir un bon moyen de contourner la liste et nous voulons être tout à fait sûrs que cette échappatoire sera éliminée.

Voilà nos quatre suggestions pour le projet de loi. À part cela, nous souhaitons la création de la liste d'exclusion.

La présidente : Merci de cette présentation intéressante. Nous vous en sommes reconnaissants. Je suis désolé de ne pas pouvoir vous garder plus longtemps, mais nous manquons de temps.

M. Lawford : Je comprends cela.

La présidente : Je demanderais maintenant à notre prochain groupe de témoins de prendre place.

Nous sommes heureux d'accueillir de Primerica Financial Services Ltd., M. Peter W. Schneider, vice-président et directeur général, et M. Hande Bilhan, vice-président principal, Affaires gouvernementales. De l'Association canadienne des compagnies d'assurances de personnes, M. Jean-Pierre Bernier, vice-président et avocat général, et M. Peter Goldthorpe, directeur responsable des questions reliées à la réglementation du marché; et de la section d'Ottawa de l'Association of Fundraising Professionals, M. J. Boyd McBride.

J. Boyd McBride, président, section d'Ottawa, Comité des relations gouvernementales, Association of Fundraising Professionals : Je suis ici à titre de directeur national de Villages internationaux d'enfants S.O.S., le plus grand organisme de charité au monde à s'occuper des orphelins. Toutefois, aujourd'hui, je représente également l'Association of Fundraising Professionals, une association de 27 000 membre, qui a pour mission d'encourager la philanthropie. Nous avons 2 700 membres au Canada et des sections dans presque chaque

the operations of non-profits and charities across the country. For that reason, we urge the Senate committee considering this bill to uphold the exemption for registered charities contained in the House of Commons version of Bill C-37. That is essentially what I am here to talk about. I am happy to continue for a few minutes and perhaps answer questions when the opportunity presents itself.

You should know that the AFP, Association of Fundraising Professionals, is committed to protecting the privacy and confidentiality of all donor transactions and deeply committed to meeting the wishes of donors. Our organizations could not function if we continued to annoy our supporters by doing things that they have indicated they do not want us to do. We are very much dependent on public trust and confidence in order to continue the work of charity in our sector. Privacy is an issue that we really do understand. Our organization, you might know, was one of the driving forces behind the creation of the Donor Bill of Rights, which guides thousands of charitable organizations in their relationships with donors across the country.

We have also taken other steps within our organizations to protect donor privacy. We know how important telemarketing is to the voluntary sector and how sensitive it can be for people answering the phone.

I want to emphasize that in our view, not all telemarketing calls are alike. There is a distinction between calls made on behalf of private sector interests and those made on behalf of charities, which, in a real sense, represent the public interest.

The United States Congress listened to the same kinds of concerns expressed by charities south of the border and created certain exemptions from the do-not-call list requirements. We are urging that you consider the same.

We do feel that a national do-not-call list that includes charities would hamper non-profits in being able to ask people to give in the first place and would lead to declines in contributions. We know the fundamental issue is being able to ask the question: Will you support our cause? If we are denied the opportunity to do that over the telephone it will have a detrimental effect. Right now, ours is a significant sector in the economy, with over 2 million full-time equivalent workers, 12 per cent of the economically active population and almost 7 per cent of the gross domestic product. Decisions like this, while significant for everyone, are certainly significant for the voluntary sector. This is a sector that Canadians know and trust. A recent survey indicated that 90 per cent of respondents said that charities are playing an

ville et province canadiennes. Nous sommes ici parce qu'une liste d'exclusion nationale nuirait aux activités des organismes sans but lucratif et des organismes de charité de tout le pays. C'est pourquoi nous demandons au comité sénatorial qui étudie le projet de loi de maintenir l'exemption pour les organismes de bienfaisance enregistrés prévue dans la version du projet de loi C-37 adoptée par la Chambre des communes. C'est en gros ce que je suis venu vous dire. Je serais heureux de continuer à parler pendant quelques minutes et peut-être de répondre à vos questions lorsque ce sera le temps.

Vous devez savoir que l'AFP, l'Association of Fundraising Professionals, tient à protéger la vie privée des donateurs et la confidentialité de toutes les transactions et nous souhaitons ardemment répondre aux souhaits des donateurs. Nos organismes ne pourraient pas fonctionner si nous persistions à importuner ceux qui nous donnent de l'argent en faisant des choses qu'ils nous ont demandé de ne pas faire. Nous dépendons grandement de la confiance du public afin de pouvoir continuer le travail de bienfaisance dans notre secteur. La protection de la vie privée est une question que nous comprenons vraiment. Notre organisme, comme vous le savez peut-être, est l'un des groupes à l'origine de la déclaration des droits des donateurs qu'utilisent des milliers d'organismes de bienfaisance pour gérer leurs relations avec les donateurs de tout le pays.

Nous avons également pris d'autres mesures au sein de notre organisme afin de protéger la vie privée des donateurs. Nous savons à quel point le télémarketing est important pour le secteur bénévole et à quel point cela peut être délicat pour ceux qui répondent aux appels.

Je tiens à souligner qu'à notre avis, les appels de télémarketing ne sont pas tous de même nature. Il faut faire la différence entre les appels effectués au nom des intérêts du secteur privé et ceux qui sont faits au nom des organismes de bienfaisance qui, d'une manière très réelle, représentent l'intérêt public.

Le Congrès américain a écouté les préoccupations exprimées par les organismes de bienfaisance de son pays et a agréé certaines exemptions aux exigences de la liste d'exclusion. Nous vous demandons d'examiner la possibilité d'en faire autant.

Nous estimons qu'une liste d'exclusion nationale qui inclurait les organismes de bienfaisance empêcherait celles-ci de solliciter des dons et entraînerait une baisse des contributions. Nous savons que la question fondamentale est de pouvoir demander : « Voulez-vous appuyer notre cause? » Le fait de ne pas pouvoir solliciter cette aide par téléphone nuira à nos activités. À l'heure actuelle, avec plus de 2 millions de travailleurs équivalents temps plein, 12 p. 100 de la population active et près de 7 p. 100 du produit intérieur brut, nous sommes un secteur important de l'économie. Des décisions comme celle-ci, si elles sont importantes pour tout le monde, le sont d'autant plus pour le secteur bénévole. C'est un secteur que les Canadiens connaissent et auquel ils accordent leur confiance. Un sondage récent a révélé que

increasingly important role in our society. Almost 60 per cent reported that they felt charities did not have enough funding.

The federal government has, for many years, been very supportive of our sector and most recently in its work on the Voluntary Sector Initiative. Our request that registered charities be exempted from this bill is another opportunity for the federal government to indicate its commitment to strengthening and enhancing the work being done by the sector on behalf of all Canadians.

[Translation]

Mr. Jean-Pierre Bernier, Vice-President and General Counsel, Canadian Life and Health Insurance Association Inc.: Madam Chair, the Canadian Life and Health Insurance Association appreciates this opportunity to appear before the committee as it considers Bill C-37.

At the outset, I would like to note that Canada's life and health industry is strongly committed to high standards in relation to marketing and communication with existing and prospective clients. The industry also has an extensive history of constructive cooperation with federal and provincial governments on matters relating to protection of privacy and consumer interests more generally.

CLHIA is a voluntary, non-profit organization that represents life and health insurance companies in Canada. The industry's products include life insurance, disability insurance, supplementary health insurance, annuities, RRSPs and pensions. These products provide protection to about 24 million Canadians. Last year Canadians received just under \$45 billion in life and health insurance benefits.

[English]

An important part of providing this protection is maintaining an open dialogue between advisers and clients. I am sure you can appreciate that short of sitting down for a face-to-face conversation, one of the most effective ways of communication is over the telephone. This is why the industry was concerned when it viewed the original bill that proposed to give the CRTC authority to establish a do-not-call registry. There was just too much uncertainty on important issues affecting access to clients and prospective clients. Fortunately, when the bill went to the House committee it was amended to include an exemption that would allow calls to individuals in an "existing business relationship" with the caller.

90 p. 100 des répondants disaient que les organismes de bienfaisance jouent un rôle de plus en plus important dans notre société. Près de 60 p. 100 des répondants pensaient que les organismes de bienfaisance ne reçoivent pas suffisamment de fonds.

Depuis de nombreuses années, le gouvernement fédéral appuie grandement notre secteur, notamment grâce à l'initiative du secteur bénévole créée récemment. Nous demandons que les organismes de bienfaisance enregistrés soient exemptés de l'application de ce projet de loi, ce qui donnerait au gouvernement fédéral une nouvelle occasion de montrer son engagement à renforcer et à rehausser le travail effectué par notre secteur dans l'intérêt de tous les Canadiens.

[Français]

Jean-Pierre Bernier, vice-président et avocat général, Association canadienne des compagnies d'assurances de personnes inc. : Madame la présidente, l'Association canadienne des compagnies d'assurances de personnes se réjouit de l'occasion qui lui est donnée de témoigner devant le comité dans le cadre de son examen du projet de loi C-37.

J'aimerais souligner d'emblée que l'industrie des assurances de personnes du Canada s'est engagée à respecter des normes élevées concernant la commercialisation et la communication avec les clients existants et potentiels. L'industrie collabore également de façon constructive et depuis fort longtemps avec les gouvernements fédéral et provinciaux sur des questions touchant la protection des renseignements personnels et de façon plus générale, les intérêts des consommateurs.

La CAP est un organisme sans but lucratif, à adhésion libre, représentant les sociétés d'assurance-vie et maladie du Canada. Les produits offerts par notre industrie comprennent l'assurance-vie, l'assurance-invalidité, l'assurance-maladie complémentaire, les rentes, les REER et les régimes de retraite. Ces produits fournissent une protection à environ 24 millions de Canadiens. En 2004, l'année dernière, presque 45 milliards de dollars en prestations d'assurance-vie et d'assurance-maladie ont été versées aux Canadiens.

[Traduction]

Il est important pour fournir cette protection que le dialogue soit maintenu entre les conseillers et les clients. Comme vous le comprenez, lorsqu'il n'est pas possible d'avoir une conversation face à face avec quelqu'un, l'un des moyens les plus efficaces de communiquer est de s'entretenir par téléphone. L'industrie s'est donc inquiétée lorsqu'elle a pris connaissance du projet de loi initial qui proposait d'accorder au CRTC le droit d'établir une liste d'exclusion, car des questions importantes touchant l'accès aux clients existants et éventuels étaient beaucoup trop dans le flou. Fort heureusement, lorsque le projet de loi a été présenté au comité de la Chambre des communes, il a fait l'objet d'un amendement visant à soustraire à l'application de la liste les appels faits aux personnes avec lesquelles l'appelant a une « relation d'affaires en cours ».

As you know, there is a three-part test for existing business relationships in the bill itself. Of particular importance to Canada's life and health insurance industry is the third element of this test: The existence of a written contract between the caller and the individual who is called. This reflects the long-term nature of the relationship between insurance companies and their clients. This exemption for calls to individuals in an existing business relationship simply ensures that the industry will be able to continue providing a high level of service to potentially vulnerable individuals. The exemption enables life insurers to effectively communicate with clients who might, for example, have difficulty reading written notices. It also protects individuals who place their names on a do-not-call registry mistakenly believing that their financial adviser can continue to phone them.

For both of these reasons, the industry believes that the exemption of existing business relationships serves an important public policy interest.

Now I will turn it over to my colleague, Mr. Goldthorpe, who will address another matter important to the Canadian health and life insurance industry.

Peter Goldthorpe, Director, Marketplace Regulation Issues, Canadian Life and Health Insurance Association Inc.: As committee members are aware, at the beginning of the legislative process for Bill C-37, we wrote to Minister Emerson and suggested that the bill be amended to clarify the status of referrals.

Referrals are important in the selling of life insurance to Canadians. It is important for the industry, for the people purchasing the policies and for the beneficiaries of those policies. I will defer to my colleagues at Primerica Financial Services Canada Ltd. to tell you how the referral system works in detail.

I did want to underscore the importance of referrals to the industry and our interest in that issue. That concludes our remarks, and we will be happy to answer any questions.

Peter W. Schneider, Executive Vice-President, Primerica Financial Services (Canada) Ltd.: It is exciting to be here, and I have been fascinated by the discussion. It is also nice to see snow. I am from Atlanta, Georgia. I know you are used to it, but I am not.

Primerica Financial Services (Canada) Ltd. is a member of Citigroup. We are the largest financial services sales force in North America and the largest life insurance company in Canada measured by the number of agents. We have over 100,000 agents in North America.

We are a big business, but our agents are small agents. They are individual, independent agents affiliated with us, each of whom has obtained a licence. We cater to a middle-income market. We achieve that by setting up appointments to meet with

Comme vous le savez, la relation d'affaires en cours est définie selon trois critères dans le projet de loi. Le troisième critère énoncé revêt une importance particulière pour l'industrie des assurances de personnes du Canada, puisqu'il concerne l'existence d'un contrat écrit entre l'appelant et le destinataire de l'appel. Ce critère correspond bien à la nature durable de la relation entre les assureurs et leurs clients. L'exemption applicable aux appels à des personnes avec lesquelles une relation d'affaires est en cours garantit tout simplement que l'industrie sera en mesure de continuer à fournir un service de qualité à des personnes potentiellement vulnérables. Cette exemption permet aux assureurs-vie de communiquer de façon efficace avec les clients qui pourraient, par exemple, avoir des difficultés à lire les avis écrits. Elle évite également des problèmes à ceux qui pourraient faire inscrire leur nom sur la liste d'exclusion en pensant, à tort, que leur conseiller financier continuera de les appeler.

Pour ces deux raisons, l'industrie est d'avis que l'exemption relative à une relation d'affaires en cours est très importante sur le plan de l'intérêt public.

Je passe maintenant la parole à mon collègue, Peter Goldthorpe, qui abordera un autre sujet important pour notre industrie.

Peter Goldthorpe, directeur, Questions liées à la réglementation du marché, Association canadienne des compagnies d'assurances de personnes inc. : Comme les membres du comité le savent certainement, nous avons, au début du processus législatif, écrit au ministre Emerson pour lui suggérer de modifier le projet de loi C-37 afin de clarifier ce qu'il en est des indications de clients potentiels.

L'indication de clients potentiels est importante pour la vente d'assurance-vie aux Canadiens. Elle est importante pour l'industrie, pour les personnes qui achètent des polices et pour les bénéficiaires de ces polices. Je laisse à mes collègues de Primerica Financial Services (Canada) Ltd. le soin de vous expliquer en détails le fonctionnement du système d'indication de clients potentiels.

Je tenais à souligner l'importance des indications de clients pour notre industrie et l'intérêt que nous accordons à cette question. Cela met fin à notre exposé et nous serons heureux de répondre à vos questions.

Peter W. Schneider, vice-président directeur général, Primerica Financial Services (Canada) Ltd. : C'est stimulant d'être ici et je trouve la discussion fascinante. C'est agréable aussi de voir de la neige. Je suis d'Atlanta, Géorgie. Je sais que vous en avez l'habitude, mais c'est nouveau pour moi.

Primerica Financial Services (Canada) Ltd. est membre de Citigroup. Nous sommes la première force de vente de services financiers en Amérique du Nord et la première compagnie d'assurance-vie au Canada en fonction du nombre d'agents. Nous avons plus de 100 000 agents en Amérique du Nord.

Nous sommes une grande entreprise, mais nos agents sont de petits agents. Ce sont des particuliers, des agents indépendants qui sont affiliés à nous et qui ont chacun obtenu une licence. Nos clients sont les personnes à revenu moyen. Nous vendons de

clients across the kitchen table. We are not a telemarketer. We do not sell insurance over the phone. You really cannot sell insurance over the phone. You have to sit down with people and address their needs. That is what we do.

The problem is not that there are too many calls; there are actually too few. People are terribly underinsured in North America, and that creates a governmental burden.

In the U.S., we worked extensively with the Federal Communications Commission in fashioning the do-not-call laws because it is important for our individual agents. Following those communications and thinking about it, the FCC created an exemption that is in the regulation as opposed to the enabling act.

The exemption they created was one for personal relationships: Friends, family and personal acquaintances. If you think about it, that is logical because these are not the kind of telemarketing calls that are unwelcome. That is how insurance agents operate. Especially when they are new in the business, they call their friends, their relatives, their cousins, and those are not the kinds of calls that give rise to complaints.

The trouble with Bill C-37 as currently drafted is there is no such exemption. Those calls cannot be made. Literally, you could not call your mother, brother or cousin.

When the FCC looked at this issue, they specifically found that these kinds of calls were okay because they are expected by the recipient. They are not subject to abuse by telemarketers using backroom dialing machines. They are limited in number. They are important to get businesses going. They are not a source of consumer frustration, and there are no real privacy concerns.

Then the practical question arises: How do you police this? Will you get complaints? Can you police it?

Earlier today we heard about a peewee hockey team. A personal relationship exemption would allow that group to call people on the team to raise money or get folks together, and it works for them. It is a common-sense exemption.

Otherwise, you end up legislating against common sense and human nature. There are terrible consequences when you do that. A business like ours that needs to give clear guidance to its agents needs those kinds of exemptions in the law. We write 30,000 insurance policies a month. In the U.S., where we have these exemptions, we have not had a single complaint to the FCC relating to it.

I can tell you are thoughtful about looking at this bill. As you consider it, we ask that you balance the need for protecting the public against unwarranted intrusion with the practical side of ensuring people have access to financial services; that people

l'assurance en fixant des rendez-vous pour rencontrer les clients éventuels dans leur cuisine. Nous ne sommes pas des télévendeurs. Nous ne vendons pas d'assurance par téléphone. En fait, ce n'est pas possible de vendre de l'assurance par téléphone. Il faut rencontrer les gens et répondre à leurs besoins. C'est ce que nous faisons.

Le problème ce n'est pas qu'il y ait trop d'appels, mais plutôt qu'il y en ait trop peu. Les Nord-Américains sont terriblement sous-assurés et cela impose un fardeau au gouvernement.

Aux États-Unis, nous avons travaillé de près avec la Commission fédérale des communications pour élaborer les lois créant des listes d'exclusion parce que c'est important pour nos agents. Suite à ces communications et après y avoir réfléchi, la CFC a créé une exemption dans la réglementation plutôt que dans la loi habilitante.

L'exemption s'applique aux relations personnelles : amis, famille et connaissances personnelles. Lorsqu'on y réfléchit, c'est logique puisque ce ne sont pas le genre d'appels de télémarketing qui sont importuns. C'est ainsi que fonctionnent les agents d'assurances. Surtout lorsqu'ils commencent dans le métier, ils appellent leurs amis, leurs parents, leurs cousins, et ce n'est pas le genre d'appels qui donnent lieu à des plaintes.

L'ennui avec le projet de loi C-37, dans sa forme actuelle, est l'absence d'une telle exemption. Ce genre d'appels n'est pas permis. Vous ne pourriez pas appeler votre mère, votre frère ou votre cousin.

Lorsque la CFC a examiné cette question, elle a déterminé que ce genre d'appels étaient acceptables puisque les destinataires s'y attendent. Il n'y a pas de risque d'abus de la part de télévendeurs utilisant des appareils de composition anonyme. Leur nombre est restreint. Ils sont importants pour lancer une entreprise. Ils ne sont pas une source de frustration pour les consommateurs et ne posent pas vraiment de problèmes sur le plan de la protection de la vie privée.

Se pose alors une question pratique : comment peut-on faire respecter cette exemption? Donnera-t-elle lieu à des plaintes? Comment la faire respecter?

Tout à l'heure, on a parlé d'une équipe de hockey peewee. Une exemption pour relation personnelle permettrait à ce groupe d'appeler les membres de l'équipe pour lever des fonds ou pour organiser une réunion. C'est une exemption de sens commun.

Sans une telle exemption, vous légiférez contre le sens commun et contre la nature humaine. Cela entraîne des conséquences terribles. Une entreprise comme la nôtre qui doit donner des directives claires à ses agents a besoin de telles exemptions. Nous rédigeons 30 000 polices d'assurance par mois. Aux États-Unis, où nous bénéficions de ces exemptions, la CFC n'a pas reçu une seule plainte à cet égard.

Je vois que vous examinez sérieusement ce projet de loi. Pendant cet examen, nous vous demandons de trouver un équilibre entre la nécessité de protéger le public contre des intrusions indues et le besoin d'assurer aux gens un accès au

whom they want to call them can do so. Our view is that would result in an exemption for personal relationships and, as the CLHIA pointed out, referrals, which is simply a subset of that.

Senator Tkachuk: I have a couple of questions for clarification of what you have said, Mr. Schneider.

Is the exemption you are seeking for referrals? For example, I buy insurance, and the agent asks me if I know anybody else who might be in the same boat and would like insurance. "Oh, Senator Merchant is a friend of mine, and she would be interested." Is that the exemption you are seeking?

As another example, I get a job selling Primerica Financial Services (Canada) Ltd. insurance, and I phone my relatives because they are a prime market for me.

Mr. Schneider: The FCC rules provide for an exemption when you call someone with whom you have a personal relationship. They define what that means.

The referral exemption, which the CLHIA talked about, can be viewed as an extension of that, because it is conceivable you could get a referral by calling people with whom you do not have a personal relationship but someone you do have a relationship with knows them. I think that is going one step further.

From our standpoint, we are advocating and requesting an exemption for persons with whom you have a personal relationship. I do believe referrals are important, and those calls are welcome as well.

A typical insurance agent will ask for a list of names and ask if they can call those people, but sometimes your client will make those phone calls in advance. For example, I will have Mr. Schneider call the senator to see if she is interested in insurance.

To be clear, the exemption that exists under the FCC deals with personal relationships.

Senator Tkachuk: I have one more point for clarification. We should understand that people phone because telemarketing works. They are not phoning because they do not have anything else to do and they want to waste some money. People are buying products even though they are complaining about the phone calls. Telemarketing obviously works.

I find the case of the registered charity intriguing. In that instance, you do have an exemption. What about non-profit organizations that are not registered charities?

What about the high school that is fundraising for graduation? What about the soccer team phoning businesses in any small town in Saskatchewan to fundraise to go to a soccer tournament? What

services financiers, et que les gens dont ils veulent recevoir des appels puissent leur téléphoner. À notre avis, il faut pour cela une exemption pour relation personnelle et, comme l'Association canadienne des compagnies d'assurances de personnes l'a indiqué, pour l'indication de clients potentiels, qui est simplement un sous-ensemble de cette catégorie.

Le sénateur Tkachuk : Je voudrais obtenir quelques éclaircissements sur ce que vous nous avez dit, monsieur Schneider.

Est-ce que vous demandez une exemption pour l'indication de clients potentiels? Par exemple, j'achète de l'assurance et l'agent me demande si je connais quelqu'un d'autre dans la même situation qui voudrait de l'assurance. « Oh, le sénateur Merchant est une de mes amies et elle serait intéressée. » Est-ce une des exemptions que vous demandez?

Autre exemple, j'obtiens un emploi de vendeur d'assurance à Primerica Financial Services (Canada) Ltd. et j'appelle des membres de ma parenté parce qu'ils constituent pour moi un marché de choix.

M. Schneider : Les règles de la CFC prévoient une exemption pour les appels à une personne avec qui l'appelant a une relation personnelle. La CFC a défini ce qui constitue une relation personnelle.

L'exemption pour indication de clients potentiels, dont parlait l'ACCAP, peut être perçue comme une extension de l'exemption pour relation personnelle, car il est concevable qu'une personne avec laquelle vous avez une relation personnelle vous conseille d'appeler quelqu'un avec qui vous n'avez pas de relation. Je pense que c'est une étape de plus sur la même voie.

De notre point de vue, nous préconisons et demandons une exemption pour les appels entre personnes ayant une relation personnelle. Je crois que les indications de clients potentiels sont importantes et que ces appels sont également bien reçus.

En général, un agent d'assurance demande une liste de noms et demande s'il peut appeler les personnes sur la liste, mais parfois le client a téléphoné à ces personnes d'avance. Par exemple, je demanderais à M. Schneider d'appeler le sénateur pour voir si ça l'intéresse d'acheter de l'assurance.

Pour être clair, l'exemption créée par la CFC concerne les relations personnelles.

Le sénateur Tkachuk : J'aimerais un autre éclaircissement. Nous devons conclure que les gens téléphonent parce que le telemarketing donne des résultats. Ils ne téléphonent pas parce qu'ils n'ont rien de mieux à faire et parce qu'ils veulent gaspiller de l'argent. Les gens achètent des produits même s'ils se plaignent des appels. Il est évident que le telemarketing donne des résultats.

Le cas des organismes de bienfaisance enregistrés m'intrigue. Dans ce cas, il y a une exemption. Qu'en est-il des organismes sans but lucratif qui ne sont pas des organismes de bienfaisance enregistrés?

Qu'en est-il de l'école secondaire qui organise une levée de fonds pour la remise des diplômes? Qu'en est-il de l'équipe de soccer qui téléphone à des entreprises d'une petite ville de la

about the ballet schools and the hockey schools? None of these are registered charities. Can they phone? Are they exempt from the law or are they caught by the law? We are talking about \$15,000 a phone call here.

Mr. McBride: Under the existing draft legislation, without the exemption, they would be caught by the law. Even with the exemption for registered charities, you are correct; there is a distinction between a registered charity and a not-for-profit unregistered organization, and they would be caught if you did not choose to broaden that exemption beyond strictly registered charities.

Senator Dawson: That point brings me to the distinction that you made between the exemptions that are in the law versus the exemptions that exist in regulations. I think the CRTC will be going forward, after having studied it, with exemptions in the rules and regulations. What is the distinction in the U.S. legislation?

Also, since you have operated both before and after this type of legislation, how has it helped or hindered the way you can market your services in the United States? How would you frame an exemption for referrals from family?

Mr. Schneider: With respect to the enabling legislation versus having the rules established by the regulatory body, in the U.S., the approach was to have the enabling legislation and then have the regulatory body deal with it.

It is a problem. These are important public policy judgments that legislators should make. That is my view. The problem with the regulatory bodies is they do not have the same sensitivities to the public.

They have different experiences. They are often from the enforcement side and do not see the subtleties of small businesses and people who are struggling to earn a living. Here there is a concern that if there are some exemptions in the law but not others, the regulatory body might think it has all been taken care of and they do not need to consider other regulations. Therefore, I would urge you to look at the exemptions and put them in the law.

With respect to how we have operated, do-not-call has been a very expensive undertaking for us, even though we have the exemption. If you are calling someone with whom you do not have a personal relationship, you have to check that do-not-call law. How will you do that? Many of our agents are part time and some work from their homes. How will you check it from your home?

You have to have computer access, so as a business we had to contract for a very large sum of money with a third-party service. When you telephone, you have to do it through that service. They charge us for every phone call we make through them. The service

Saskatchewan dans le but d'amasser les fonds nécessaires pour participer à un tournoi? Qu'en est-il des écoles de ballet et des écoles de hockey? Aucun n'est un organisme de bienfaisance enregistré. Peuvent-ils téléphoner? Sont-ils exemptés de l'application de la loi ou y sont-ils assujettis? L'amende est de 15 000 \$ par appel.

M. McBride : En vertu du projet de loi, ils seraient assujettis à la loi puisqu'ils n'en sont pas exemptés. Même en ce qui concerne l'exemption pour les organismes de bienfaisance enregistrés, vous avez raison; il y a une différence entre les organismes de bienfaisance enregistrés et les organismes sans but lucratif non enregistrés et ceux-ci seront assujettis à la loi si vous décidez de ne pas élargir l'exemption afin qu'elle ne s'applique pas strictement aux organismes de bienfaisance enregistrés.

Le sénateur Dawson : Cela m'amène à la différence que vous faisiez entre les exemptions prévues dans la loi et celles qui existent dans la réglementation. Je pense qu'après avoir examiné la question, le CRTC inclura des exemptions dans la réglementation. Quelle est la différence aux États-unis?

En outre, comme vous avez maintenant l'expérience de ce genre de loi, est-ce qu'il est plus facile ou plus difficile pour vous de vendre vos services aux États-unis que ce n'était le cas avant l'adoption de cette loi? Comment formuleriez-vous une exemption pour les indications de clients potentiels provenant d'un membre de la famille?

M. Schneider : Pour ce qui est des exemptions dans la loi ou dans la réglementation, les États-unis ont opté pour une loi habilitante qui permet à l'organisme de réglementation d'accorder des exemptions.

C'est un problème. C'est au législateur qu'il appartient de prendre ces décisions importantes en matière de politiques publiques. C'est mon avis. Le problème est que les organes de réglementation ne sont pas aussi sensibles aux attentes du public.

Ils ont une expérience différente. Souvent, leur intérêt c'est l'application des règles et ils ne voient pas les subtilités qui touchent les petites entreprises et les personnes qui luttent pour gagner leur vie. Lorsqu'il y a des exemptions dans certaines lois mais pas dans d'autres, il y a lieu de craindre que l'organe de réglementation pense que tous les cas ont été prévus et qu'il n'a pas besoin d'examiner d'autres règlements. C'est pourquoi je vous encourage à examiner la possibilité d'accorder ces exemptions et de les inscrire dans la loi.

Pour ce qui est de la façon dont nous fonctionnons, respecter la liste d'exclusion nous a coûté très cher, même si nous avons cette dérogation. Si vous appelez quelqu'un que vous ne connaissez pas personnellement, vous devez vérifier la législation concernant cette liste d'exclusion. Comment s'y prendre? Très souvent, nos agents travaillent à temps partiel, et certains travaillent à domicile. Comment vérifier cela depuis votre domicile?

Il faut avoir un accès informatique. Notre entreprise a donc dû sous-traiter cette activité à une tierce partie, ce qui nous coûte très cher. Lorsqu'on fait des appels téléphoniques, on doit avoir recours à leur service. Ils nous facturent pour chaque appel

will automatically check the do-not-call law, so the call will not go through if the name is on the log. We pay per call and they add tariff charges; we also have a licensing fee and that kind of thing.

Unfortunately, there is sometimes non-compliance in certain areas — not from us, I hope. However, when you are calling someone you know or think you know, there can be non-compliance; and if there is no complaint, there is no complaint. That is not an effective way for us to operate. We need guidance on that.

As an aside, someone told me an interesting thing about their business. A small-business owner had a gas station. He let his employees have free gas and they asked him why. He said, "If I did not give it to them free, they would steal it and I do not want dishonest employees."

You need practical guidance in the law. As you look at this, I urge you to think about the practical issues. It has been hard and expensive, but we have done it and we have not had complaints.

Senator Dawson: Since 50 per cent of the households have been taken out of your marketing targets, you are targeting those who are more sensitive to buying, are you not? The ones that do not want calls, like Senator Eyton, say "Do not bother me." If you stay on the list, it means you accept these types of calls.

Mr. Schneider: We have an exemption for personal relationships, which is our business. We have found that those calls are not unwelcome; the recipient is not bothered by the calls. The kinds of calls that people in the U.S. were upset about were calls from time shares, automatic dialling calls, where you hear a recording. Those are big problems.

It is not your cousin who says "I am now an agent; can I come over to your house and talk about your insurance needs?" Those calls are not upsetting, and that is why we have not had complaints.

We have prohibited cold calling. You cannot call people you do not know. Has that shrunk our market? Maybe a little; but that is the law and it is very important that we comply with it.

[Translation]

Senator Tardif: My question is directed to Mr. McBride. Currently, registered charitable organizations must keep individual exclusion lists. How do you let the public at large know whether or not they are entitled to be on such a list? The

téléphonique utilisant leur service. Ce service vérifie automatiquement la liste d'exclusion, et l'appel sera bloqué si le nom figure au registre. Nous sommes facturés à l'appel, et il y a également un prélèvement tarifaire. Nous devons également nous acquitter des droits de permis et d'autres choses de ce genre.

Malheureusement, dans certains secteurs cette mesure législative n'est pas respectée. Je ne pense pas que cela vienne de nous. Cependant, lorsque vous appelez quelqu'un que vous connaissez, ou que vous pensez connaître, on peut se retrouver dans un cas où on ne respecte pas la loi. Mais s'il n'y a pas de plainte, il n'y a pas de plainte. Ce n'est pas une façon très efficace pour nous de fonctionner. Nous avons besoin de conseils à ce propos.

D'ailleurs, quelqu'un m'a fait une remarque intéressante à propos de son entreprise. C'était le propriétaire d'une petite station-service. Il permettait à ses employés d'avoir de l'essence gratuite, et ses employés lui ont demandé pourquoi. Il a dit : « Si je ne leur donnais pas l'essence, ils la voleraient. Et moi, je ne veux pas avoir d'employés malhonnêtes. »

Nous avons besoin de conseils pratiques en ce qui concerne la loi. Dans le cadre de votre examen, je vous demande de penser aux questions pratiques. Le respect de cette loi a été difficile et a coûté cher, mais nous l'avons fait, et nous n'avons reçu aucune plainte.

Le sénateur Dawson : Dans la mesure où on a retiré 50 p. 100 des ménages de vos cibles publicitaires, vous ciblez désormais des personnes qui sont plus à même d'acheter, non? Les gens qui ne souhaitent pas recevoir d'appels, comme le sénateur Eyton, répondent « Laissez-moi tranquille. » Si vous décidez de rester dans la liste, ça veut dire que ce type d'appels ne vous dérange pas.

M. Schneider : Il existe cette dérogation pour les cas où on connaît la personne, et ça relève de notre domaine. Ces appels-là sont généralement bien accueillis; ils ne dérangent pas la personne qu'on appelle. Les appels qui avaient agacé certaines personnes aux États-Unis provenaient d'entreprises proposant des logements à jouissance partagée, des appels à composition automatique où vous entendez un enregistrement. C'est ça qui pose problème.

Il ne s'agit pas ici de votre cousin qui vous dit : « Je suis désormais un agent d'assurance, est-ce que je peux venir vous rendre visite pour parler de vos besoins en matière d'assurances? » Ces appels-là ne dérangent pas, et c'est pour cela que nous n'avons pas reçu de plaintes.

Nous avons interdit les appels aléatoires. Il n'est pas acceptable d'appeler des personnes qu'on ne connaît pas. Est-ce que cela veut dire que notre marché est plus limité? Peut-être, un peu. Mais c'est la loi, et il est essentiel de la respecter.

[Français]

Le sénateur Tardif : Ma question s'adresse à M. McBride. Présentement, les organismes de bienfaisance, qui sont enregistrés, doivent maintenir une liste individuelle d'exclusion. Que faites-vous pour informer et communiquer au grand public

level of awareness doesn't seem to be very good as many people do not seem to know that they have a right to have their name put on such a list. What approach are you taking in order to better communicate with the public?

[English]

Mr. McBride: Across the voluntary sector, there may be differing practices. However, in the organizations that I am familiar with, we typically respond to any request from donors to have their name taken off the mailing list or a phone list by telling them that we will do that for our organization. If their name is not on our list, if we have borrowed or rented a list for purposes of mailing, we urge them to contact the Canadian Marketing Association, which maintains those do-not-mail, do-not-call lists, and have their names put on those lists so that the calls or the mail will ultimately slow down or cease.

[Translation]

Senator Tardif: Do charitable organizations share such lists among themselves? Is that common practice?

[English]

Mr. McBride: The exchange of lists for one-time use among charitable organizations has been a common practice over the last 10 or 15 years. Under the new privacy legislation, we are seeing far less of that now. There are many more hoops for a charity to go through to ensure that the supporters on their list are truly willing to have their names exchanged for the benefit of the charity.

Senator Tkachuk: But it still happens.

Mr. McBride: It still happens.

[Translation]

Senator Tardif: Currently, some charitable organizations are unregistered. Why would a charitable organization decide not to register with the Canada Revenue Agency?

[English]

Mr. McBride: That is a fairly broad question; there are literally hundreds of thousands of organizations involved, so I am afraid I cannot respond for all of them. It is fair to say there are some unregistered organizations that would like to be registered, but whose purpose or reason for existence does not qualify under Revenue Canada's regulations.

There are some who are so relaxed and casual in their operations that they do not feel the need to register, and do not want to incur the expense of doing so.

qu'ils ont le droit de s'inscrire sur une telle liste? Le taux de succès ne semble pas très bon car plusieurs personnes ne semblent pas au courant du fait qu'elles ont le droit de s'inscrire sur une telle liste, que cette possibilité existe. Que faites-vous pour mieux communiquer avec le public?

[Traduction]

M. McBride: Il y a sûrement des pratiques différentes dans le secteur bénévole. Cependant, pour ce qui est des organisations que je connais bien, lorsqu'un donateur nous demande de retirer son nom de la liste de distribution ou du répertoire téléphonique, nous lui disons que nous le ferons pour les listes et répertoires de notre organisation. Si son nom ne figure pas sur notre liste, si c'est une liste que nous avons empruntée ou louée à des fins de distribution, nous lui conseillons de contacter l'Association canadienne du marketing, qui établit ces listes de personnes à ne pas contacter, et nous leur conseillons d'inscrire leur nom sur ces listes afin de recevoir moins ou même plus du tout de courrier ou d'appels.

[Français]

Le sénateur Tardif: Est-ce que vous faites des échanges des listes d'un organisme de bienfaisance avec un autre organisme? Est-ce pratique courante d'échanger des listes?

[Traduction]

M. McBride: Ça fait maintenant 10 ou 15 ans que l'échange de listes de façon ponctuelle entre organisations caritatives se fait régulièrement. Mais depuis l'entrée en vigueur de la nouvelle législation relative à la protection de la vie privée, ça se fait beaucoup moins. Une organisation caritative doit désormais faire un certain nombre de vérifications avant d'être certaine que les donateurs qui figurent sur sa liste veulent bien que leur nom soit échangé afin d'aider l'organisation en question.

Le sénateur Tkachuk: Mais cela peut toujours arriver.

M. McBride: En effet.

[Français]

Le sénateur Tardif: Présentement certains organismes de bienfaisance ne sont pas enregistrés. Quelles seraient les raisons pour lesquelles un organisme de bienfaisance choisirait de ne pas s'enregistrer auprès de l'Agence de revenu du Canada?

[Traduction]

M. McBride: Votre question est assez générale; comme il s'agit ici littéralement de centaines de milliers d'organismes, je crains de ne pouvoir répondre en leur nom à tous. Mais ce que je peux vous dire, c'est qu'il y a certains organismes non enregistrés qui aimeraient bien l'être, mais dont la raison d'être ne le leur permet pas en vertu des règlements de Revenu Canada.

Mais il y en a d'autres qui sont à ce point décontractés et empiriques dans leur façon de fonctionner qu'ils ne sentent pas le besoin de s'enregistrer et ne veulent pas payer pour avoir à le faire.

The Chairman: As a matter of curiosity, when charities and non-profits exchange lists, are they likely to have stripped out unprofitable names? I do not mean people who ask to be taken off the list, but just people who do not give. In other words, are you trading rich lists or just mass lists?

Mr. McBride: I cannot speak for all charities on this, but it is fair to say that charities understand that their donor lists are an extraordinarily valuable resource and they are careful about the terms and conditions under which they might let portions of that list go to another charity for purposes of building donor files.

It is also fair to say that within the charitable sector, we recognize that someone who is on another charity's list but has not given even to that charity for five or seven years is probably not a valuable name to bring into a trading relationship.

Parameters are set to ensure that the people whose names are exchanged have, first, agreed that that is acceptable, and that their behaviour as donors makes it sensible for an exchange relationship to take place.

Senator Merchant: Mr. Schneider, you have had a do-not-call list in the U.S. for how many years now?

Mr. Schneider: It was passed in 2003 and went into effect in 2004.

Senator Merchant: Therefore the government has not had a chance to evaluate or revisit the legislation. I am interested in what kind of changes they have made.

Mr. Schneider: There is not a lot heard about it in the U.S. There is a sense that it has been positive legislation and people have received fewer calls. There are not a lot of complaints. There is no sense that it is not working, but the FCC has not looked for gain at exemptions. I do think it is a complaint-driven process. Earlier today, a gentleman spoke about looking for a series of complaints, and I believe that is what regulators are doing. If there are a few they will not follow up; if there are a lot they will think it is a problem. That does make it subjective on the part of the regulator, but I think that is what the FCC actually does. They have assessed some large fines and then they have ignored a lot of small problems.

Senator Merchant: Is there any value in letting people's names drop off the list after X number of years and having them re-register, just to see how the system is working and whether the consumer sees some value in all this legislation? Would there be anything to gain from that?

La présidente : Par curiosité, lorsque les organismes caritatifs et à but non lucratif s'échangent leurs listes, les ont-ils expurgées des noms de donateurs qui ne leur rapportent pas beaucoup? Je ne parle pas ici de ceux qui ont demandé d'être retirés, mais de donateurs qui ont cessé d'envoyer des dons. Autrement dit, est-ce que l'on s'échange des listes de riches ou des listes de masse?

M. McBride : Je ne peux me faire le porte-parole de tous les organismes caritatifs, mais il faut reconnaître qu'ils sont bien conscients que leurs listes de donateurs constituent une ressource extrêmement précieuse et qu'ils doivent bien faire attention aux conditions dans lesquelles ils peuvent transmettre leurs listes en totalité ou en partie à d'autres organismes caritatifs pour leur permettre de se bâtir des listes de donateurs.

Il faut aussi reconnaître que dans le secteur des organismes caritatifs, celui qui est inscrit sur la liste d'un des organismes mais qui a omis de faire un don depuis cinq ou sept ans n'est sans doute pas le genre de personnes dont il est souhaitable de transmettre le nom.

Des paramètres existent pour faire en sorte que les noms échangés soient ceux de gens qui, au départ, ont accepté que leur nom soit échangé et pour faire en sorte que le comportement des donateurs justifie l'échange de noms.

Le sénateur Merchant : Monsieur Schneider, depuis quand la liste de retrait des numéros de téléphone existe-t-elle aux États-Unis?

M. Schneider : La loi a été adoptée en 2003 et est entrée en vigueur en 2004.

Le sénateur Merchant : Votre gouvernement n'a donc pas eu l'occasion d'évaluer la loi ou de la réexaminer, n'est-ce pas? J'aimerais savoir si des changements ont été apportés à la législation.

M. Schneider : On n'en parle pas beaucoup aux États-Unis. Le sentiment qui se dégage, c'est que cette loi était bénéfique puisque les abonnés ont reçu moins d'appels et que peu de plaintes ont été déposées. On a l'impression qu'elle fonctionne bien, mais la Commission fédérale des communications ne s'est pas penchée à nouveau sur les exemptions. Toute intervention dépend des plaintes reçues. Un des témoins précédents a parlé plus tôt du fait que l'on attendait d'abord de recevoir une série de plaintes, et je crois que c'est ce que font les organes de réglementation. Si le nombre de plaintes reçues est faible, on n'interviendra pas; par contre, s'il y en a beaucoup, on aura le sentiment qu'un problème existe. Cette réaction peut sembler subjective de la part de l'organe de réglementation, mais je pense que c'est bel et bien ce que fait la Commission fédérale des communications. Elle a infligé des amendes assez considérables, mais elle a aussi fermé les yeux sur les plus petits problèmes.

Le sénateur Merchant : Pourrait-on envisager de retirer après un nombre X d'années le nom des abonnés sur les listes pour les obliger à demander à nouveau leur retrait, uniquement pour voir si le système fonctionne et si l'abonné est sensible au rôle que joue la loi? Pensez-vous que cela pourrait être utile?

Mr. Schneider: Re-registration processes could become a difficult practical issue. I do not know. There are many issues, one of which is the length of time you are on the list can affect life insurance. We sell 20-year level term insurance. After 20 years we would like to call up our customers and ask whether they want to buy a new policy or continue their insurance. Otherwise, the insurance will come to an end.

We have made those people vulnerable. That is a call that we should make as part of our fiduciary duties. No one will say we have a 20-year existing business relationship.

Senator Munson: Do any of you have views on who should manage the do-not-call list? What do you say to those groups here this morning who feel we are going too fast, that we should put the brakes on before allowing this to become law and make some amendments to protect small business and others who feel they are not protected? Do you have any views on who should manage the do-not-call list?

Mr. McBride: I cannot help you on that, Senator Munson.

Senator Eyton: I understand you are monitoring this through the marketing association; is that correct?

Mr. McBride: They do maintain a list and it is available to some charities.

Senator Eyton: Does your association have some relationship with Canadian Direct Marketing?

Mr. McBride: Any association that uses mailing can access their do-not-mail list.

Senator Eyton: Would most of your members belong?

Mr. McBride: Most of them do not belong, but most of them that are doing serious mailings would be using that list, yes.

Mr. Schneider: In terms of going too fast, that is a question of how you as legislators feel about the issue. It is a quick process. The FCC took a long time to go through their rules. They are 150 pages long. A lot of thought was given to them. It is a question of whether you feel as legislators that all the interests have been heard.

Senator Tkachuk: Maybe I should have asked the direct marketing association; I feel bad about this. It came up because we were talking about the list itself.

Correct me if I am wrong, but probably one out of three Canadians moves every year. There is a change of address and a change of phone number. This is going on constantly. I put my phone number on the do-not-call list and then I move. No one knows I have moved. I go to Calgary and I put my Calgary phone

M. Schneider: Une nouvelle demande pour se faire réinscrire sur la liste des abonnés exclus pourrait être difficile d'un point de vue pratique, mais je n'en sais vraiment rien. Plusieurs problèmes pourraient se poser, comme, par exemple, le fait que la durée de votre inscription sur la liste des abonnés exclus peut avoir une incidence sur votre assurance-vie. Nous vendons, pour notre part, de l'assurance temporaire 20 ans à capital constant. Après 20 ans, nous aimons à appeler nos clients pour leur demander s'ils veulent acheter une nouvelle police ou reconduire leur assurance, faute de quoi leur assurance prendra fin.

Ces gens sont vulnérables. Nous devons les appeler, sans quoi nous manquons à nos obligations de nature fiduciaire. Personne n'affirmera que nous avons des relations d'affaires existantes avec ces clients depuis 20 ans.

Le sénateur Munson: À votre avis, qui devrait administrer cette liste des abonnés auto-exclus? Que répondriez-vous à ceux qui disaient ici ce matin que nous allons trop vite, qu'il faudrait mettre un peu les freins avant de légiférer et aussi d'apporter quelques amendements pour protéger la petite entreprise et quiconque a le sentiment de n'être pas protégé? À votre avis, qui devrait administrer cette liste?

M. McBride: Je ne saurais vous aider, sénateur.

Le sénateur Eyton: Si j'ai bien compris, vous contrôlez cela par l'entremise de l'Association du marketing, c'est bien cela?

M. McBride: Elle a une liste et cette liste est à la disposition de certains organismes caritatifs.

Le sénateur Eyton: Votre association a-t-elle un lien quelconque avec l'Association canadienne du marketing direct?

M. McBride: Tout organisme qui utilise des listes d'adresses peut consulter sa liste de retrait d'adresses.

Le sénateur Eyton: Est-ce que la plupart de vos membres en font partie?

M. McBride: Non, mais la plupart de nos membres qui utilisent sérieusement des listes d'adresses la consulteraient, oui.

M. Schneider: Pour revenir à la question de la rapidité du processus, tout dépend de ce que le législateur pense de ce dossier. Le processus est rapide. La CFC a mis beaucoup de temps pour aller jusqu'au bout de la réglementation. Elle compte 150 pages. Elle y a beaucoup réfléchi. Il s'agit maintenant de savoir si vous les législateurs, estimez que tous les intérêts ont été entendus.

Le sénateur Tkachuk: J'aurais peut-être dû poser la question à l'Association du marketing direct; je me sens un peu mal à l'aise. La question s'est posée parce que nous parlions justement de cette liste.

Rectifiez-moi si je me trompe, mais je pense qu'un Canadien sur trois déménage chaque année. Il change donc d'adresse et de numéro de téléphone. Et cela n'arrête jamais. Admettons donc que je fasse inscrire mon numéro de téléphone sur la liste et que je déménage ensuite. Personne ne sait que j'ai déménagé.

number on there. I am on the do-not-call list, but no one is phoning me, so how do they know that I am registered at two places?

In other words, how legitimate are these lists? I have heard it will only cost 3.5 million bucks. Give me a break. If it is legitimately managed, and not just a case of taking every phone number and putting it on the list and adding it to the total — these are real people behind these phone numbers — this will cost a lot of money. In Canada there will probably be 5 million or 6 million people registering on this do-not-call list if we use comparative numbers from the States, and that is probably a low estimate. One third of that list every year is inaccurate. Therefore, over the years, no one has a clue — and I would guess it is the same in the States — whether there are any people behind those phone numbers. That is a fact.

The Chairman: What is your level of confidence in it?

Mr. Schneider: It is just a number. If someone moves and leaves the old number on that list, then the new person in the house may be reassigned that number. There is no provision that I am aware of to ask that new person if he or she wants to be on the list.

Also, cell phones are an issue in the U.S. because people tend not to think about their cell phones. There is no cell phone directory. At one time in the U.K., where we also do business — I am not sure it is this way today because I think they now have do-not-call — if your name was in the phone book then you could be called. If your name was not in the phone book you were, essentially, on a do-not-call list and you made that decision. That is how it was once done there. I do not know if it is done that way today.

The Chairman: Colleagues, and ladies and gentlemen, it has been a most interesting session, informative and helpful. We are grateful to you, especially to someone who comes all the way from Atlanta.

The committee adjourned.

OTTAWA, Tuesday, November 22, 2005

The Standing Senate Committee on Transport and Communications, to which was referred Bill C-37, to amend the Telecommunications Act, met this day at 9:35 a.m. to give clause-by-clause consideration to the bill.

Senator Joan Fraser (Chairman) in the chair.

J'emménage à Calgary et j'inscris mon numéro de téléphone à Calgary. Mon numéro est sur la liste d'auto-exclusion, mais personne ne me téléphone, et donc qui sait que je suis inscrit à deux endroits différents?

En d'autres termes, ces listes sont-elles vraiment valables? J'ai entendu dire que ça allait coûter trois millions et demi de dollars seulement. Soyons sérieux. Si cette liste est vraiment bien administrée, si cela ne revient pas simplement à prendre tous les numéros de téléphone et à les mettre tous sur la liste pour les ajouter au total — il y a quelqu'un, un visage, derrière chacun de ces numéros de téléphone — cela coûtera très cher. Au Canada, il y aura probablement cinq ou six millions de gens qui vont s'inscrire sur la liste, si on compare avec ce qui s'est passé aux États-Unis, et c'est probablement un chiffre prudent. Chaque année, un tiers des numéros figurant sur la liste ne sont plus bons. Par conséquent, après quelques années, plus personne ne sait — et j'imagine qu'il en est de même aux États-Unis — s'il y a vraiment une personne, un visage, derrière chacun de ces numéros de téléphone. C'est une réalité.

La présidente : Quel est votre niveau de certitude?

M. Schneider : C'est juste un chiffre. Si quelqu'un déménage et laisse son ancien numéro de téléphone sur la liste, il y a peut-être quelqu'un d'autre qui va finir par se voir attribuer ce numéro de téléphone. Que je sache, il n'existe rien qui permette de demander à ce nouvel abonné s'il veut que son nom soit sur la liste.

Par ailleurs, les téléphones mobiles constituent également un problème aux États-Unis parce que souvent, on ne pense pas à ces téléphones-là. Il n'y a pas d'annuaires pour la téléphonie mobile. Jadis, au Royaume-Uni, où nous sommes également actifs — je ne sais pas si c'est encore le cas aujourd'hui parce qu'à mon avis il y a également dans ce pays une liste d'abonnés auto-exclus — dès lors que votre nom était dans l'annuaire, on pouvait vous appeler. Si votre nom n'était pas dans l'annuaire, c'était comme si vous figuriez sur une liste d'abonnés auto-exclus, et c'était votre décision. C'est comme cela que les choses se faisaient là-bas. Mais je ne sais pas si c'est toujours le cas.

La présidente : Chers collègues, mesdames et messieurs, cette séance a été à la fois instructive, édifiante et utile. Nous vous remercions tous, et surtout ceux d'entre vous qui ont fait tout ce chemin depuis Atlanta.

La séance est levée.

OTTAWA, le mardi 22 novembre 2005

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications, auquel a été renvoyé le projet de loi C-37, Loi modifiant la Loi sur les télécommunications, se réunit aujourd'hui, à 9 h 35, pour étudier le projet de loi article par article.

Le sénateur Joan Fraser (présidente) occupe le fauteuil.

[English]

The Chairman: Honourable senators, welcome to this session of the Standing Senate Committee on Transport and Communications. We are meeting today to consider Bill C-37, to amend the Telecommunications Act and to conduct clause-by-clause consideration of the bill.

Honourable senators should have received a letter from Rick DesBrisay, president RainMaker Call Centres; a letter from Allen Futerman, who appeared before us last week; a letter from Richard French of the Canadian Radio-television and Telecommunications Commission clarifying the transcript of his testimony — the transcript is being adjusted; and a letter from Jerry Pickard, Parliamentary Secretary to the Minister of Industry, responding to questions that were raised when he appeared before us last week.

Does anyone have any questions?

Senator Tkachuk: I circulated a letter. I am sure everybody has read it. However, I have a couple of amendments. As the bill is returning to the House, anyway, and I know it is an important bill — we on this side support it in principle, as well — most of the calls that would be considered nuisance calls by the general public are being allowed anyway. The estimates are that anywhere between 65 to 80 per cent, depending on who you listen to, are calls made by the four exempted groups.

On the issue that the exemptions will be there and that to delete them may go against the wishes of the House, I am acting on the presumption that since they allow exemptions, that they could allow more, since they have already accepted in principle that in certain cases exemptions are a good thing. Therefore, we may wish to consider a couple.

The Chairman: Perhaps you could give us a brief indication of what you plan to do. When we get to clause-by-clause consideration of the bill, then you will propose your specific amendments, I assume.

Senator Tkachuk: When we go to clause by clause, they are right at the beginning; clause 1 and 2 are the amendments. One is on the \$15,000 penalty. If you will remember, we were not clear and it was not made clear, but when you look at the bill it is clear that it is per call. It was not the intent of the drafters or the government to do that, but that is what they did.

We have an amendment here to change it to an administrative monetary penalty of up to \$1,500 in the case of an individual and up to \$15,000 in the case of a corporation. We drew this up last night and we have the French version as well. We have copies for everyone.

The second amendment is that we had a number of witnesses talk about referrals and family. In the case of an insurance person not being able to phone a cousin, it seems ridiculous to me considering we have full exemptions for the newspaper business and for political parties. We have an amendment to clause 1 on page 3 in regard to business relationships. I will pass that out. The

[Traduction]

La présidente : Honorables sénateurs, bienvenue à la présente séance du Comité sénatorial permanent des transports et des communications. Nous sommes réunis aujourd'hui pour examiner le projet de loi C-37, Loi modifiant la Loi sur les télécommunications, et pour l'étudier article par article.

Les membres du comité ont dû recevoir une lettre de Rick DesBrisay, président de RainMaker Call Centres; une lettre d'Allen Futerman, qui a comparu devant nous la semaine dernière; une lettre de Richard French, du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, qui apporte des précisions sur son témoignage — la transcription est corrigée; et une lettre de Jerry Pickard, secrétaire parlementaire du ministre de l'Industrie, qui répond aux questions qui lui ont été posées lorsqu'il a comparu devant nous la semaine dernière.

Y a-t-il des questions?

Le sénateur Tkachuk : J'ai fait circuler une lettre. Je suis certain que tout le monde l'a lue. Toutefois, j'ai quelques amendements. Comme le projet de loi retourne devant la Chambre, de toute façon, et je sais qu'il s'agit d'un projet de loi important — de notre côté, nous l'appuyons également en principe —, la plupart des appels qui seraient qualifiés d'importuns par le grand public sont quand même permis. On estime qu'entre 65 et 80 p. 100 des appels, selon les sources consultées, sont faits par les quatre groupes exemptés.

Concernant le fait que les exemptions seront là et que les rayer irait à l'encontre de la volonté de la Chambre, je présume qu'on pourrait en permettre davantage, parce qu'on a déjà convenu, en principe, que les exemptions sont une bonne chose dans certains cas. Par conséquent, nous pourrions envisager d'en ajouter d'autres.

La présidente : Vous pourriez peut-être nous dire brièvement ce que vous avez l'intention de faire. Lorsque nous procéderons à l'étude article par article du projet de loi, je présume que vous allez proposer vos propres amendements.

Le sénateur Tkachuk : Lorsque nous procéderons à l'étude article par article, les amendements se trouvent au tout début, aux articles 1 et 2. L'un d'eux porte sur la pénalité de 15 000 \$. Si vous vous souvenez bien, nous n'étions pas certains et la chose n'a pas été clarifiée, mais quand on regarde le projet de loi, il est clair que la pénalité s'applique à chaque appel. Ce n'était pas là l'intention des rédacteurs ni du gouvernement, mais c'est ce qu'ils ont fait.

Nous avons un amendement ici qui précise que la pénalité est un montant pouvant atteindre 1 500 \$ dans le cas d'une personne physique et 15 000 \$ dans le cas d'une personne morale. Nous l'avons rédigé hier soir, et nous avons la version française également. Nous avons des copies pour tout le monde.

Pour ce qui est du deuxième amendement, un certain nombre de témoins nous ont parlé de la communication de noms et de membres de la famille. Il me paraît ridicule d'empêcher un agent d'assurance d'appeler un cousin alors que nous avons des exemptions pour les journaux et les partis politiques. Nous proposons un amendement à l'article 1, page 3, concernant le

amendment is not that complicated, but when you read it, you should have it before you, rather than me reading it to you. I think it would make more sense. You could then compare it to the bill. The essence is that the amendment would allow those calls to be made, which are business referrals. To me it makes sense and since the House has accepted the principle of referrals, that is why this amendment is placed before you.

The Chairman: While the amendments are circulated, I will note that the options that we have before us, familiar to all senators, are to adopt the bill without amendment, to amend the bill and report it back to the Senate with amendments, or to attach observations to our report back to the Senate of the amended or unamended bill.

As you rightly observed, Senator Tkachuk, there is one amendment that we know for sure we will make.

Senator Tkachuk: Do we have a copy of that one?

The Chairman: We do. The amendment is about to be distributed. It is somewhat artificial for me to talk about whether we will report back without amendment, but I remind honourable senators that there is also the tool available to us of observations. I would not be surprised if some observations seemed like a good idea.

Senator Tkachuk: To those who have copies, the amendment on the referrals is on page 3, and the amendment on the penalties is on page 5.

The Chairman: We do not have those yet.

Senator Tkachuk: Whenever they say a "technical amendment," what does that mean?

The Chairman: That is the amendment to insert the Senate. As the bill now stands the minister must table the annual report only in the House of Commons. As you know, it is standard practice in the Senate when we get a reference to such procedures to ensure that the Senate is included. I do not have the English version of that amendment, but it would require the report to be tabled in each house of Parliament. That is one talked about last week in committee.

Before we proceed to clause-by-clause review, at which point we can have formal debate if we wish, does anyone wish to make any comments or ask Senator Tkachuk any questions about his proposals?

This is a most uncustomary way of proceeding, but I think it is actually more effective in this particular case. If you wish to speak to Senator Tkachuk about what his amendment will do right now, go ahead. It is much more collegial.

Senator Cordy: The financial amendment I understand clearly. I have not gone through the same process as the rest of the committee, but the amendment does not tell me what you mean. Could you explain it?

relations d'affaires. Je vais le distribuer. L'amendement n'est pas si compliqué, mais il est préférable que vous l'ayez sous les yeux plutôt que j'en fasse la lecture. Je crois que c'est plus clair. Vous pouvez alors le comparer au projet de loi. Il s'agit essentiellement de permettre ces appels, qui sont faits à des clients proposés. Cela me paraît logique; la Chambre a accepté le principe de la communication de noms, et voilà pourquoi cet amendement est devant vous.

La présidente : Pendant qu'on distribue les amendements, je voudrais faire remarquer que les options que nous avons, et que tous les sénateurs connaissent, sont soit d'adopter le projet de loi sans amendement, soit d'amender le projet de loi et d'en faire rapport au Sénat, avec les amendements, soit de joindre des observations au rapport du projet de loi, amendé ou non amendé, que nous ferons au Sénat.

Comme vous le faites remarquer à juste titre, monsieur le sénateur, il y a un amendement que nous sommes certains de vouloir apporter.

Le sénateur Tkachuk : En avons-nous une copie?

La présidente : Oui. L'amendement sera distribué bientôt. Il me semble un peu artificiel de vous demander si nous allons faire rapport du projet de loi sans amendement, mais je rappelle aux honorables sénateurs que nous avons aussi la possibilité de présenter des observations. Je ne serais pas surprise si vous conveniez d'en faire quelques-unes.

Le sénateur Tkachuk : Pour ceux qui ont des copies, l'amendement concernant la communication de noms se trouve à la page 3, et celui sur les pénalités se trouve à la page 5.

La présidente : Nous ne les avons pas encore.

Le sénateur Tkachuk : Qu'est-ce qu'on entend par « amendement de forme »?

La présidente : Il s'agit d'un amendement pour inclure le Sénat. Dans sa forme actuelle, le projet de loi prévoit que le ministre doit déposer le rapport annuel devant la Chambre des communes seulement. Comme vous le savez, c'est une pratique courante au Sénat de se faire inclure dans de telles procédures. Je n'ai pas la version anglaise de l'amendement, mais il exigerait que le rapport soit déposé devant les deux chambres du Parlement. Cette question a été discutée la semaine dernière en comité.

Avant de procéder à l'étude article par article, durant laquelle nous pourrions en débattre si vous le voulez, est-ce que quelqu'un veut faire un commentaire ou poser des questions au sénateur Tkachuk sur ses propositions?

C'est une façon très inhabituelle de procéder, mais je crois que c'est plus efficace dans ce cas-ci. Si vous souhaitez parler au sénateur Tkachuk sur l'incidence de son amendement, allez-y. C'est beaucoup plus collégial ainsi.

Le sénateur Cordy : Je comprends clairement l'amendement de nature financière. Je n'ai pas suivi le même processus que le reste du comité, mais l'autre amendement ne dit pas ce que vous voulez faire. Pouvez-vous me l'expliquer?

Senator Tkachuk: The amendment would allow a personal relationship referral, family or a direct referral. If I am hired as an insurance person, I may wish to call all my relatives first. That practice is not abnormal in the business. This amendment would allow that to happen, rather than restricting those people.

As well, if a person wishes to, even if it is a relative, they can put their name on a do-not-call list, but allow the calls to be made.

Senator Cordy: An existing personal relationship would be a relative or a friend?

Senator Tkachuk: The existing personal relationship is what is in the bill now. If you are a Visa card holder, they may phone you to sell insurance. That is already in the bill. This amendment extends it to family and friends, basically family.

Senator Tardif: Senator Tkachuk, a definition of personal relationship could be interpreted in many ways. There is no definition here. Would that not increase the number of exemptions? Therefore, a greater number of people would be exempted.

Senator Tkachuk: This is not universal, as it is with political parties. I am not a lawyer, but my assumption would be that personal relationship would be clearly understood. I would know them; I would have to be referred to or related to them. It would be personal as opposed to impersonal; that is all the amendment does. It adds that to what is already an existing personal relationship, which is business to business. We do not even have business to business in here, which is odd, too. I cannot understand that. Nonetheless, I do not like this bill, but I am trying to make the best of it. It is a terrible piece of work. There should be no exemptions at all.

The Chairman: A personal relationship would have to be defined by the CRTC.

Senator Tkachuk: I am sure it would be defined in regulation. That is probably what they will do.

The Chairman: Subparagraph (iii) in your amendment could be vast.

Senator Tkachuk: Existing personal or business relationship is already in there.

The Chairman: My Visa company is allowed to call me, but if it is also allowed to give my name to a company with which I do not do business, Acme Widgets Company, does that open up a large can of worms?

Senator Tkachuk: I do not think it does. To me it is limited. There would have to be a referral of some kind by one company to another.

Le sénateur Tkachuk : L'amendement permettrait une mise en rapport avec une connaissance personnelle, un membre de la famille, ou encore une communication directe. Si j'étais un agent d'assurance, je pourrais vouloir appeler d'abord tous les membres de ma famille. Cette pratique n'est pas anormale en affaires. Cet amendement permettrait de le faire, au lieu de limiter ces gens.

En outre, si une personne le souhaite, même s'il s'agit d'un membre de la famille, elle peut faire une demande d'exclusion, mais il faut permettre de faire les appels.

Le sénateur Cordy : Une personne ayant une relation personnelle existante serait un membre de la famille ou un ami?

Le sénateur Tkachuk : La relation personnelle existante est ce qui se trouve dans le projet de loi à l'heure actuelle. Si vous êtes un détenteur de carte Visa, on peut vous appeler pour vous vendre de l'assurance. C'est déjà prévu dans le projet de loi. Cet amendement en élargit la portée à la famille et aux amis, surtout à la famille.

Le sénateur Tardif : Monsieur le sénateur, la définition de relation personnelle peut être interprétée de bien des façons. Il n'y a pas de définition ici. Cet amendement n'augmenterait-il pas le nombre d'exemptions? Un plus grand nombre de personnes seraient alors exemptées.

Le sénateur Tkachuk : Ce n'est pas universel, comme c'est le cas pour les partis politiques. Je ne suis pas avocat, mais je présume que la relation personnelle serait bien comprise. Ce seraient des personnes que je connaîtrais; il faudrait qu'on me mette en rapport avec elles ou que j'aie une relation avec elles. Ce serait personnel, et non impersonnel; c'est tout ce que fait l'amendement. On ajoute cette dimension à ce qui est déjà une relation personnelle existante, qui est une relation entre gens d'affaires. Nous n'avons même pas une relation entre gens d'affaires ici, ce qui est étrange également. Je ne peux pas comprendre cela. Quoi qu'il en soit, je n'aime pas ce projet de loi mais j'essaie d'en tirer le meilleur parti. C'est terrible. Il ne devrait pas y avoir d'exemption.

La présidente : Le CRTC aurait à définir ce qu'est une relation personnelle.

Le sénateur Tkachuk : Je suis certain que cette définition se trouverait dans le règlement. C'est probablement ce qu'on va faire.

La présidente : Le sous-alinéa (iii) de votre amendement pourrait avoir une vaste portée.

Le sénateur Tkachuk : Le projet de loi prévoit déjà la relation d'affaires ou la relation personnelle existante.

La présidente : Ma compagnie Visa peut m'appeler, mais si on lui permet aussi de donner mon nom à une entreprise avec laquelle je ne fais pas affaire, Acme Widgets Company, est-ce qu'on n'ouvre pas une boîte de Pandore?

Le sénateur Tkachuk : Je ne le crois pas. Pour moi, c'est limité. Il faudrait qu'il y ait une mise en rapport quelconque d'une entreprise à l'autre.

The Chairman: The amendment says, "Whose name has been provided": We are right back into selling subscription lists.

Senator Tkachuk: Let us go through the amendment: "whose name has been provided to the person making the telecommunication, or the person or organization on whose behalf the telecommunication is made, by a person or organization that has an existing... relationship." In other words, I can refer Senator Johnson, but it is not to sell a mailing list.

Senator Cordy: That is your intent, but my reading of it is somebody can sell their list to somebody else.

Senator Tkachuk: Let us go to the U.S. version of the bill from the Federal Communications Commission. In determining whether a telemarketer is considered a friend or acquaintance of a consumer, it will look at, among other things, whether a reasonable consumer would expect calls from such a person because they have a close or firsthand relationship. That is what his amendment tries to do.

To me, referrals in the case of insurance and family are the way to do business.

Senator Tardif: I worry about this part because I think this broad exemption could lead to a potential for abuse. For example, a referral could enable the sharing of mailing lists among related firms.

I know we will look at this in a three-year review. Are these the kinds of things that could be sorted out over the three-year period and be reviewed, depending on how it was implemented and how it is carried out? I worry about this particular amendment.

Senator Tkachuk: In no way does it imply mailing lists or anything like that. It does not even read that way. It is clear: "whose name has been provided to a person making the telecommunication or the person or organization on whose behalf the telecommunication is made."

If I talk to someone and they refer someone else, whether a person or organization, then I can phone them. That is all the amendment states.

Senator Tardif: Somebody could think they had a relationship with me, and I might see it otherwise. Somebody might say they know me and would put me on a list as a referral.

Senator Tkachuk: I repeat: "who has not made a do not call request in respect of the person or organization on whose behalf the telecommunication is made." Although you are my cousin, you can tell me that you do not want anyone to phone me. It protects you.

Senator Tardif: I would still get the original call.

Senator Tkachuk: You are still open to a fine. It is no different than any other part of this bill. It is no different than newspapers.

The Chairman: I think we are repeating ourselves here. I propose, therefore, that we proceed.

La présidente : L'amendement dit « dont le nom a été fourni » : cela nous ramène à la vente des listes de souscription.

Le sénateur Tkachuk : Regardons l'amendement : « dont le nom a été fourni à la personne faisant la télécommunication — ou à la personne ou l'organisme pour le compte duquel celle-ci est faite — par une personne ou un organisme qui a une relation [...] existante ». Autrement dit, je pourrais fournir le nom du sénateur Johnson, mais ce n'est pas pour vendre une liste d'envoi.

Le sénateur Cordy : C'est là votre intention, mais selon mon interprétation, quelqu'un peut vendre sa liste à une autre personne.

Le sénateur Tkachuk : Regardons la version américaine du projet de loi de la Federal Communications Commission. Pour déterminer si un télévendeur est un ami ou une connaissance d'un consommateur, on cherchera à savoir, entre autres choses, si le consommateur peut s'attendre à recevoir des appels de cette personne parce qu'ils ont des liens étroits. C'est ce que cet amendement essaie de faire.

À mon avis, la communication de noms dans le cas d'un agent d'assurance et de sa famille est la façon de faire des affaires.

Le sénateur Tardif : Cette section me préoccupe, parce que cette exemption élargie pourrait donner lieu à des abus. Par exemple, elle pourrait permettre à des entreprises associées de s'échanger des listes d'envoi.

Je sais qu'un examen est prévu au bout de trois ans. Est-ce des choses semblables qui pourraient ressortir au bout de trois ans et être examinées, selon la façon dont cette mesure aura été appliquée? J'ai des réserves à propos de cet amendement précis.

Le sénateur Tkachuk : Cela ne suppose aucunement des listes d'envoi ou pareille chose. On ne peut même pas l'interpréter de cette façon. C'est clair : « dont le nom a été fourni à la personne faisant la télécommunication — ou à la personne ou l'organisme pour le compte duquel celle-ci est faite ».

Si je parle à quelqu'un qui me donne le nom de quelqu'un d'autre, que ce soit une personne ou une organisation, alors je peux l'appeler. C'est tout ce que dit l'amendement.

Le sénateur Tardif : Quelqu'un pourrait croire qu'il a une relation avec moi, et je pourrais voir la chose autrement. Quelqu'un pourrait dire qu'il me connaît et mettre mon nom sur une liste.

Le sénateur Tkachuk : Je répète : « et qui n'a pas fait de demande d'exclusion quant à la personne ou l'organisme pour le compte duquel la télécommunication est faite ». Même si vous êtes mon cousin, vous pouvez me dire que vous ne voulez pas que quelqu'un m'appelle. Cela vous protège.

Le sénateur Tardif : Je recevrais quand même l'appel original.

Le sénateur Tkachuk : Vous êtes toujours susceptible d'avoir une amende. Ce n'est pas différent des autres sections de ce projet de loi. Ce n'est pas différent des journaux.

La présidente : Je crois que nous nous répétons ici. Je propose donc de poursuivre.

When an amendment is proposed, there is further opportunity for debate on that amendment. With your agreement, I propose we proceed to clause-by-clause review.

Honourable senators, is it agreed that the committee proceed to clause-by-clause consideration of Bill C-37, An Act to amend the Telecommunications Act?

Hon. Senators: Agreed.

The Chairman: Opposed? Carried.

[Translation]

Shall the title stand postponed? Is it agreed or not? You have to say yes.

Hon. Senators: Agreed.

[English]

Carried. Shall clause 1 carry?

[Translation]

Senator Tardif: I would like to move an amendment. That Bill C-37 be amended by replacing line 28, on page 2, with the following:

The Minister shall cause a copy of the report referred to in subsection (1) to be laid before each House of Parliament on any of the

The Chairman: Senator Tardif proposes that Bill C-37, in clause 1, be amended by replacing line 28, on page 2, with the following:

before each House of Parliament on any of the

[English]

The Chairman: A proposal that Bill C-37 and clause 1 be amended by replacing line 28 on page 2 with the following: "before each House of Parliament on any of the."

[Translation]

Are there any questions or comments?

[English]

All in favour?

Hon. Senators: Agreed.

The Chairman: Opposed? Carried.

[Translation]

Are there any further amendments to clause 1?

[English]

Senator Tkachuk: With regards to referrals, you have it in front of you:

That Bill C-37 be amended in clause 1, on page 3, by replacing lines 5 to 9 with the following:

Lorsqu'un amendement est proposé, nous avons l'occasion d'en débattre. Si vous êtes d'accord, je propose que nous procédions à l'étude article par article.

Honorables sénateurs, le comité est-il d'accord pour procéder à l'étude article par article du projet de loi C-37, Loi modifiant la Loi sur les télécommunications?

Des voix : D'accord.

La présidente : Quelqu'un s'y oppose? La motion est adoptée.

[Français]

L'étude du titre est-elle retardée? Est-ce acceptée ou non? Il faut dire oui.

Des voix : Oui.

[Traduction]

La motion est adoptée. L'article 1 est-il adopté?

[Français]

Le sénateur Tardif : J'aimerais proposer un amendement. À la page 2, ligne 28, je voudrais ajouter :

que le ministre fait déposer une copie du rapport devant chaque chambre du Parlement

La présidente : Sénateur Tardif propose que le projet de loi C-37, à l'article 1, soit modifié par substitution, à la ligne 28, page 2, de ce qui suit :

rapport devant chaque chambre du Parlement dans

[Traduction]

La présidente : On propose que le projet de loi C-37, à l'article 1, soit modifié par substitution, à la ligne 28, page 2, de ce qui suit : « rapport devant chaque chambre du Parlement dans ».

[Français]

Y a-t-il des questions ou des commentaires?

[Traduction]

Tous ceux qui sont pour?

Des voix : D'accord.

La présidente : Ceux qui sont contre? Adopté.

[Français]

Y a-t-il d'autres amendements à l'article 1?

[Traduction]

Le sénateur Tkachuk : Pour ce qui est des appels faits sur recommandation, vous avez l'amendement devant vous :

Que le projet de loi C-37 soit modifié, à l'article 1, à la page 3, par substitution, aux lignes 6 à 9, de ce qui suit :

(ii) with whom the person making the telecommunication, or the person on whose behalf the telecommunication is made, has an existing personal relationship, and,

(iii) whose name has been provided to the person making the telecommunication, or the person or organization on whose behalf the telecommunication is made, by a person or organization that has an existing business or personal relationship with the person to whom the telecommunication is made, and who has not made a do not call request in respect of the person or organization on whose behalf the telecommunication is made.

I repeat that this in no way implies that you can sell a mailing list. It is clear that the person must have an existing personal or business relationship with the person they refer, and selling a mailing list would not qualify.

The person making the call would be susceptible to a fine, as anybody else would be, if they made a call from a mailing list.

The Chairman: Any other questions or comments from honourable senators?

Senator Tardif: I repeat my concerns about the fact that there is a potential for abuse there. I think the exemption is too broad in that case. I think it goes beyond the intent.

Senator Tkachuk: How is it broad? Where does it say something that it does not say?

Senator Tardif: It is in the names that are being provided and one's definition of a personal relationship. It is very broad.

The Chairman: I think the questions arise not in the first portion of proposed subparagraph (iii) but in the second portion where you suggest that the name can be provided by any person or organization that has an existing personal or business relationship with a person. That is my bank; that is my Visa card; that is my landlord.

Senator Tkachuk: No, you already have that. It is already in the bill.

The Chairman: No, my bank, my Visa or my landlord can call me directly but cannot give my name to a third unrelated party with whom I have no business relationship, to call me. What you suggest here would allow them to do that.

Senator Tkachuk: No, it would not. I beg to differ. The U.S. Federal Communications Commission, whose regulations were used as a model for this bill, according to government testimony, has this exemption in their bill and they have not had any problems with it. I do not see why that is a problem.

(ii) soit avec qui la personne faisant la télécommunication — ou la personne pour le compte de laquelle celle-ci est faite — a une relation personnelle en cours,

(iii) soit dont le nom a été fourni à la personne faisant la télécommunication — ou à la personne ou l'organisme pour le compte duquel celle-ci est faite — par une personne ou un organisme qui a une relation d'affaires ou une relation personnelle existante avec le destinataire. Et qui n'a pas fait de demande d'exclusion quant à la personne ou l'organisme pour le compte duquel la télécommunication est faite.

Je répète que cela ne signifie d'aucune façon qu'il est possible de vendre une liste d'envoi. Il est clair que la personne doit avoir une relation personnelle ou une relation d'affaires en cours avec la personne dont elle fournit le nom, et la vente d'une liste d'envoi ne satisferait pas à cette exigence.

La personne faisant la télécommunication serait alors passible d'une amende, comme ce serait le cas pour quiconque, si elle utilisait une liste d'envoi.

Le président : Y a-t-il d'autres questions ou commentaires?

Le sénateur Tardif : Je réitère mes inquiétudes quant aux risques d'abus. Je pense que l'exemption accordée en l'espèce est trop générale. J'estime qu'on va plus loin que le but visé.

Le sénateur Tkachuk : En quoi est-elle si générale? Comment peut-on comprendre autre chose que ce qui est écrit?

Le sénateur Tardif : Pour ce qui est des noms pouvant être fournis, tout dépend de la définition de relation personnelle qu'on utilise. Cela peut être très vaste.

Le président : Je crois que le problème ne se pose pas dans la première partie du sous-alinéa (iii) proposé, mais bien dans la seconde portion où l'on indique que le nom peut être fourni par une personne ou un organisme qui a une relation d'affaires ou une relation personnelle existante avec le destinataire. On parle ici de ma banque, de l'émetteur de ma carte Visa; de mon propriétaire.

Le sénateur Tkachuk : Non, cela est déjà prévu. C'est déjà dans le projet de loi.

Le président : Non, ma banque, Visa ou mon propriétaire peuvent m'appeler directement, mais n'ont pas le droit de fournir mon nom à un tiers avec lequel je n'entretiens pas de relation d'affaires, pour qu'il m'appelle. Selon ce que vous proposez ici, il leur serait loisible de le faire.

Le sénateur Tkachuk : Non, pas du tout. Je ne suis pas d'accord. La Commission fédérale des communications des États-Unis, dont les règlements ont servi de modèle à ce projet de loi, selon les témoignages des représentants gouvernementaux, applique déjà une telle exemption et n'a jamais connu de problème à cet égard. Je ne vois pas en quoi cela pose un problème.

The Chairman: Any other comments on this amendment before we pass to the vote?

Senator Tkachuk: I would like this to pass. Maybe we could go with the first part and take the second part out.

The Chairman: Do you mean, strike subparagraph (iii)?

Senator Tkachuk: Strike subparagraph (iii), and keep subparagraph (ii).

The Chairman: Are you moving that as an amendment to your amendment?

Senator Tkachuk: I move that as an amendment to an amendment, so that would take away the concern.

The Chairman: Therefore we would be left with the existing personal relationship. This then raises the last two lines: "and who has not made a do not call..."

I do not think you need those last two lines.

Are they currently in the bill?

To clarify, Senator Tkachuk, I think what you propose now is that your amendment would begin on line 5, and it would read:

business relationship,

(ii) with whom the person making the telecommunication, or the person on whose behalf the telecommunication is made, has an existing personal relationship, and

(iii) who has not made a do not call request,

Senator Tkachuk: That is correct. I so move. Do we do the amendment first?

The Chairman: We accept Senator Tkachuk's amendment to his amendment, so now we pass to the vote on his amendment.

All in favour of the amendment?

All opposed?

We have a large number of non-voting senators.

Let me ask these questions again.

Senator Tkachuk: That is what happens when you have so many of them on that side: they leave it to everyone else.

The Chairman: They are all polite.

All in favour of the amendment as amended?

Senator Tkachuk: I thought it passed. Senator, it passed.

The Chairman: No, we had a tie vote actually, because Senator Dawson and Senator Tardif voted against, and you two voted for.

Senator Tkachuk: Senator Tardif voted after the fact. He was the only one who voted.

Le président : Y a-t-il d'autres observations concernant cet amendement avant que nous ne le mettions aux voix?

Le sénateur Tkachuk : J'aimerais que cet amendement soit adopté. Peut-être pourrions-nous conserver seulement la première partie et laisser tomber la seconde?

Le président : Proposez-vous de supprimer le sous-alinéa (iii)?

Le sénateur Tkachuk : Supprimer le sous-alinéa (iii) et conserver le sous-alinéa (ii).

Le président : Proposez-vous ce sous-amendement à votre amendement?

Le sénateur Tkachuk : J'en fais la proposition pour rassurer tout le monde.

Le président : Il ne resterait donc que la précision touchant une relation personnelle en cours. Mais cela nous amène aux deux dernières lignes : « et qui n'a pas fait de demande d'exclusion... »

Je ne crois pas que ces deux lignes soient nécessaires.

Figurent-elles actuellement dans le projet de loi?

Pour être bien clair, sénateur Tkachuk, je crois que vous proposez maintenant que votre amendement débute à la ligne 5 et se lise comme suit :

(ii) soit avec qui la personne faisant la télécommunication — ou la personne pour le compte de laquelle celle-ci est faite — a une relation personnelle en cours,

(iii) et qui n'a pas fait de demande d'exclusion,

Le sénateur Tkachuk : C'est exact. J'en fais la proposition. Votons-nous d'abord sur le sous-amendement?

Le président : Nous acceptons le sous-amendement proposé par le sénateur Tkachuk à son propre amendement, ce qui fait que nous mettons maintenant aux voix l'amendement comme tel.

Tous ceux qui sont pour l'amendement?

Tous ceux qui sont contre?

Il y a un grand nombre de sénateurs qui s'abstiennent.

Permettez-moi de poser à nouveau ces questions.

Le sénateur Tkachuk : C'est ce qui se produit lorsqu'il y a autant de sénateurs de ce côté-là : ils laissent tous les autres prendre les décisions.

Le président : Ce sont des gens très polis.

Tous ceux qui sont pour l'amendement modifié?

Le sénateur Tkachuk : Je croyais que nous l'avions adopté. Sénateur, il a été adopté.

Le président : Non, nous avons en fait une égalité, parce que le sénateur Dawson et le sénateur Tardif ont voté contre, et vous deux avez voté pour.

Le sénateur Tkachuk : Le sénateur Tardif a voté trop tard. Le sénateur Dawson est le seul à avoir voté contre.

The Chairman: No, no.

Senator Tkachuk: Just a minute. You cannot have two votes because you do not win the first one, chairman.

The Chairman: She had her hand up.

Senator Tkachuk: I did not see her hand up until after.

The Chairman: A tie vote fails. I am doing you a favour by clarifying this procedure since there were four senators present who did not vote. I am doing you a favour by giving everyone the opportunity to vote.

Senator Tkachuk: How do you vote, Madam Chair?

The Chairman: On this one I do not vote. The chair does not have to vote. If we have a roll call vote I will vote.

Senator Tkachuk: The amendment would fall then.

The Chairman: I do not know. I do not know how my four colleagues will vote.

Senator Tkachuk: Okay.

The Chairman: We are in agreement to do this thing properly.

All in favour of the amendment, as amended, will please say "aye" and raise their hands?

All opposed to the amendment, as amended, will please raise their hands?

Senator Tkachuk: Chairman, I would like it recorded that there was a vote that was two to two, and I believe it was two to one, that Senator Tardif raised her hand after the fact. Everyone else abstained and you decided not to vote. I think that should be clear.

The Chairman: Do you wish to have a roll call vote, Senator Tkachuk?

Senator Tkachuk: Yes.

The Chairman: Fine, the clerk will call the role.

Till Heyde, Clerk of the Committee: The Honourable Senator Fraser.

Senator Fraser: Opposed.

Mr. Heyde: The Honourable Senator Chaput.

Senator Chaput: Opposed.

Mr. Heyde: The Honourable Senator Cordy.

Senator Cordy: Opposed.

Mr. Heyde: The Honourable Senator Dawson.

Senator Dawson: Opposed.

Mr. Heyde: The Honourable Senator Hubley.

Le président : Non, non.

Le sénateur Tkachuk : Juste un instant. Vous ne pouvez pas tenir deux votes parce que vous n'avez pas gagné le premier, monsieur le président.

Le président : Elle avait la main levée.

Le sénateur Tkachuk : Je n'ai vu sa main qu'une fois le vote terminé.

Le président : Une égalité n'est pas suffisante. Je vous fais une faveur en apportant cet éclaircissement étant donné que quatre sénateurs présents n'ont pas voté. Je sers votre cause en offrant à tous l'occasion de voter.

Le sénateur Tkachuk : Quel est votre vote, madame la présidente?

Le président : Je m'abstiens sur cette question. Le président n'est pas tenu de voter. Si nous tenons un vote par appel nominal, je me prononcerai.

Le sénateur Tkachuk : Alors, l'amendement sera rejeté.

Le président : Pas nécessairement. Je ne sais pas comment mes quatre collègues vont voter.

Le sénateur Tkachuk : D'accord.

Le président : Nous convenons de faire les choses de façon appropriée.

Que tous ceux qui sont en faveur de l'amendement, tel que modifié, disent « oui » et lèvent leur main.

Que tous ceux qui sont contre l'amendement modifié lèvent leur main.

Le sénateur Tkachuk : Monsieur le président, j'aimerais que le compte rendu indique qu'il y a eu un vote qui s'est conclu par une égalité de deux à deux, mais que je croyais que le résultat était de deux à un parce que le sénateur Tardif a levé sa main trop tard. Tous les autres sénateurs se sont abstenus et vous avez décidé de ne pas voter. Je pense que cela devrait être indiqué clairement.

Le président : Voulez-vous un vote par appel nominal, sénateur Tkachuk?

Le sénateur Tkachuk : Oui.

Le président : Très bien, le greffier va procéder à l'appel nominal.

Till Heyde, greffier du comité : L'honorable sénateur Fraser.

Le sénateur Fraser : Contre.

M. Heyde : L'honorable sénateur Chaput.

Le sénateur Chaput : Contre.

M. Heyde : L'honorable sénateur Cordy.

Le sénateur Cordy : Contre.

M. Heyde : L'honorable sénateur Dawson.

Le sénateur Dawson : Contre.

M. Heyde : L'honorable sénateur Hubley.

Senator Hubley: Opposed.

Mr. Heyde: The Honourable Senator Johnson.

Senator Johnson: In favour.

Mr. Heyde: The Honourable Senator Merchant.

Senator Merchant: Opposed.

Senator Tardif: The Honourable Senator Tardif.

Senator Tardif: Opposed.

Mr. Heyde: The Honourable Senator Tkachuk.

Senator Tkachuk: In favour.

Mr. Heyde: Yeas, 2; nays, 7; abstentions, nil.

The Chairman: I declare the amendment defeated.

Are there any other amendments that anyone wishes to pose to clause 1?

Senator Tkachuk: Wait a minute. That was an amendment to the amendment, right?

The Chairman: No, we voted on the amendment.

We had accepted your friendly amendment to your own amendment, so we were voting on your amendment as amended, that is, confined for the personal relationship.

Senator Tkachuk: Therefore the amendment was passed to the amendment.

The Chairman: Then the amendment itself was defeated.

Senator Johnson: That is what they were voting on. That is what you were voting on.

Senator Tkachuk: Okay, fine. I thought we had already dealt with the other one.

The Chairman: He was in favour of it all.

Senator Tkachuk: Yes.

The Chairman: Are there any further amendments to clause 1 of this bill that anyone would like to propose? No.

Shall clause 1, as amended, carry? All in favour?

Hon. Senators: Agreed.

The Chairman: All opposed? Carried.

Shall clause 2 carry?

Senator Tkachuk: I have an amendment, which you have before you, in clause 2, on page 5, replacing lines 13 to 17. Right now it reads:

commits the violation is liable

(a) in the case of an individual, to an administrative monetary penalty of \$1,500; or

(b) in the case of a corporation, to an administrative monetary penalty of \$15,000.

I would change it to:

Le sénateur Hubley : Contre.

M. Heyde : L'honorable sénateur Johnson.

Le sénateur Johnson : Pour.

M. Heyde : L'honorable sénateur Merchant.

Le sénateur Merchant : Contre.

M. Heyde : L'honorable sénateur Tardif.

Le sénateur Tardif : Contre.

M. Heyde : L'honorable sénateur Tkachuk.

Le sénateur Tkachuk : Pour.

M. Heyde : Pour, 2; contre, 7; aucune abstention.

Le président : Je déclare l'amendement rejeté.

Est-ce que quelqu'un veut proposer un autre amendement à l'article 1?

Le sénateur Tkachuk : Un instant. Le vote portait sur le sous-amendement à mon amendement, n'est-ce pas?

Le président : Non, nous votions sur l'amendement.

Nous avons accepté votre sous-amendement à votre propre amendement, alors nous votions sur votre amendement modifié qui portait uniquement sur le concept de relation personnelle.

Le sénateur Tkachuk : Le sous-amendement à l'amendement a donc été adopté.

Le président : Puis l'amendement a été rejeté.

Le sénateur Johnson : C'est sur cet amendement que l'on a voté, que vous avez voté.

Le sénateur Tkachuk : D'accord. Je pensais que nous avions déjà réglé l'autre point.

Le président : Il était favorable à l'ensemble.

Le sénateur Tkachuk : Oui.

Le président : Y a-t-il d'autres amendements à l'article 1 de ce projet de loi que quelqu'un voudrait proposer? Non.

L'article 1 modifié est-il adopté? Ceux qui sont en faveur?

Des voix : D'accord.

Le président : Ceux qui sont contre? Adopté.

L'article 2 est-il adopté?

Le sénateur Tkachuk : J'ai un amendement, dont vous avez copie, pour la modification de l'article 2, à la page 5, par substitution des lignes 13 à 17 qui se lisent actuellement comme suit :

exposant son auteur à une pénalité dont le montant est :

a) dans le cas d'une personne physique, de 1 500 \$;

b) dans le cas d'une personne morale, de 15 000 \$.

Je voudrais que ces lignes se lisent plutôt comme suit :

commits the violation is liable

(a) in the case of an individual, to an administrative monetary penalty of up to \$1,500; or

(b) in the case of a corporation, to an administrative monetary penalty of up to \$15,000.

It would clarify it.

The Chairman: Questions or comments?

Senator Tardif: This is a good amendment and I would support

Senator Tkachuk: Thank you, senator.

The Chairman: All in favour of the amendment? In this case I am voting, Senator Tkachuk.

All opposed?

Carried.

Shall clause 2, as amended, carry? All in favour?

Opposed?

Carried.

Shall clause 2.1 carry? Agreed?

Hon. Senators: Agreed.

The Chairman: Shall clause 3 carry? All in favour?

Hon. Senators: Agreed.

The Chairman: Opposed?

Carried. Shall the title carry? All in favour?

Hon. Senators: Agreed.

The Chairman: Opposed? Carried.

Shall the bill, as amended, carry?

Hon. Senators: Agreed.

The Chairman: Before I ask you to instruct me to report the bill to the Senate, let me ask you, senators, if you want to attach observations to this bill?

There are a number of stages yet to come. The CRTC will hold its public consultation and drafting regulations, assuming this bill becomes law. A three-year review is built into it. Do we want to feed in any observations to that process, or do we want to send the bill on as is?

Senator Tkachuk: In relation to this bill, it was strange that we got a call from New Brunswick Customer Contact Centre Industry Association and they had not been requested to make their views known. I told them they could send a letter, which they did, and they bring up some serious issues, such as business-to-business phone calls.

exposant son auteur à une pénalité dont le montant peut atteindre :

a) dans le cas d'une personne physique, 1 500 \$;

b) dans le cas d'une personne morale, 15 000 \$.

Le tout serait plus clair ainsi.

Le président : Questions ou commentaires?

Le sénateur Tardif : C'est un bon amendement et j'y serais favorable.

Le sénateur Tkachuk : Merci, sénateur.

Le président : Tous ceux qui sont en faveur de l'amendement? Cette fois-ci je vote, sénateur Tkachuk.

Tous ceux qui sont contre?

Adopté.

L'article 2 modifié est-il adopté? Tous ceux qui sont pour?

Tous ceux qui sont contre?

Adopté.

L'article 2.1 est-il adopté? D'accord?

Des voix : D'accord.

Le président : L'article 3 est-il adopté? Tous ceux qui sont pour?

Des voix : D'accord.

Le président : Ceux qui sont contre?

Adopté. Le titre est-il adopté? Tous ceux qui sont pour?

Des voix : D'accord.

Le président : Ceux qui sont contre? Adopté.

Le projet de loi modifié est-il adopté?

Des voix : D'accord.

Le président : Avant que je vous demande si je peux faire rapport du projet de loi au Sénat, pourriez-vous m'indiquer, chers collègues, si vous souhaitez joindre des observations à ce projet de loi.

Il y a encore un certain nombre d'étapes à franchir. Il y aura les consultations publiques du CRTC et la rédaction du Règlement, en présumant que le projet de loi sera adopté. Un examen de la loi est prévu trois ans après son entrée en vigueur. Voulez-vous joindre des observations pour alimenter ce processus, ou souhaitez-vous simplement faire rapport du projet de loi?

Le sénateur Tkachuk : Concernant ce projet de loi, nous avons reçu un appel de la New Brunswick Customer Contact Centre Industry Association dont, chose étrange, le point de vue n'avait pas été sollicité. Je leur ai dit de nous envoyer une lettre et ils nous ont ainsi fait part de préoccupations très sérieuses, comme celles touchant les communications entre entreprises.

Before I was a senator I was a small businessman. I do not know how you can exempt business-to-business if you exempt all these other people because that is how a person starts. You make phone calls and they are cold calls, because you do not have any business relationship with anyone: you are starting a new business. This bill was passed with undue attention. We should make clear that it was strange that parliamentarians did not do the consulting but left the consulting — which is a political act that affects the business that they are legislating — up to the CRTC, which we then followed in the Senate. Parliamentarians did not consult them directly in the House of Commons. We did the same thing. I find it appalling that it is left up to the CRTC to do the consulting and the political hard work on something that should have been passed. I think we should say that.

The Chairman: I sense from what you are saying that there may be room for observations to be made. Observations will be in a draft report and we normally go in camera to consider draft reports. I wanted to get a sense of the meeting and which way we were going. Therefore, I will conclude the formal clause-by-clause portion of the meeting and then we can go in camera to consider that report.

Shall I report the bill to the Senate, as amended? All in favour?

Hon. Senators: Agreed.

The Chairman: Opposed?

It is agreed, and I shall do that this afternoon.

I now ask members of the public to leave the room, with thanks to all the officials who were hanging in, in case we needed them. We are grateful to you.

I ask committee members to stay put, with their staff.

The committee continued in camera.

Avant d'être sénateur, j'étais à la tête d'une petite entreprise. Je ne sais pas comment vous pouvez ne pas exempter les communications entre entreprises, si vous le faites dans tous ces autres cas, parce que c'est la façon dont les affaires se mettent en marche. Vous devez faire des appels non sollicités parce que vous n'avez aucune relation d'affaires avec qui que ce soit; vous démarrez une toute nouvelle entreprise. Ce projet de loi a été adopté sans qu'on y prête toute l'attention voulue. Nous devrions bien préciser que nous trouvons bizarre que les parlementaires n'aient procédé à aucune consultation, pour plutôt confier au CRTC cette tâche politique qui influe sur le processus législatif dont ils sont responsables, le suivi étant assuré par le Sénat. Il n'y a pas eu de consultation directe par les parlementaires à la Chambre des communes. Nous avons fait de même. J'ai trouvé épouvantable qu'on laisse le CRTC s'occuper des consultations et de tout le difficile travail politique devant mener à l'adoption du projet de loi. Je crois que nous devrions le mentionner.

Le président : Si je me fie à vos propos, il y aurait lieu d'ajouter des observations au projet de loi. Ces observations seraient incluses dans un rapport provisoire, et nous procéderions généralement à huis clos pour ce faire. Je voulais tâter le pouls pour savoir si cela était nécessaire. Je vais donc conclure la portion de notre réunion consacrée à l'étude article par article après quoi nous poursuivrons à huis clos pour nous pencher sur ce rapport.

Puis-je faire rapport du projet de loi modifié au Sénat? Ceux qui sont pour?

Des voix : D'accord.

Le président : Ceux qui sont contre?

C'est adopté et je devrais en faire rapport cet après-midi.

Je demande maintenant aux gens du public de quitter la salle et je remercie tous les fonctionnaires qui étaient ici pour le cas où nous aurions dû faire appel à leurs services. Nous vous en sommes reconnaissants.

Je demande aux membres du comité de rester en place avec leur personnel.

La séance se poursuit à huis clos.

Canadian Radio-television and Telecommunications Commission:

Richard D. French, Vice-Chairman, Telecommunications;
Elizabeth Duncan, Regional Commissioner for the Atlantic Region;
Allan Rosenzweig, General Counsel, Telecommunications;
Gerald Lylyk, Director, Consumer Affairs.

Canadian Marketing Association:

John Gustavson, President and Chief Executive Officer;
Wally Hill, Vice-President, Public Affairs and Communications.

Canadian Federation of Independent Business:

Rob Taylor, Senior Policy and Communications.

Canadian Clean Air and Heating:

Allen Futerman, Owner.

Canadian Interest Advocacy Centre:

John Lawford, Legal Counsel;
Hasini Palihapitiya, Articling Student.

Primerica Financial Services (Canada) Ltd.:

Peter W. Schneider, Executive Vice-President, Primerica Financial Services Ltd.;
Hande Bilhan, Senior Vice-President, Government Affairs.

Canadian Life and Health Insurance Association:

Jean-Pierre Bernier, Vice-President and General Counsel;
Peter Goldthorpe, Director, Marketplace Regulation Issues.

Association of Fundraising Professionals:

J. Boyd McBride, Chair, Ottawa Chapter, Government Relations Committee.

Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadienne :

Richard D. French, vice-président des télécommunications;
Elizabeth Duncan, conseillère régionale pour l'Atlantique;
Allan Rosenzweig, avocat général, Télécommunications;
Gerald Lylyk, directeur, Consommations.

Association canadienne du marketing :

John Gustavson, président directeur-général;
Wally Hill, vice-président, Affaires publiques et communications.

La Fédération canadienne de l'entreprise indépendante :

Rob Taylor, principal, Politiques et communications.

Eden Clean Air and Heating :

Allen Futerman, propriétaire.

Centre pour la défense de l'intérêt public :

John Lawford, conseiller juridique;
Hasini Palihapitiya, stagiaire en droit.

Primerica Financial Services (Canada) Ltd. :

Peter W. Schneider, vice-président-directeur général, Primerica Financial Services Ltd.;
Hande Bilhan, vice-présidente principale, Affaires gouvernementales.

Association canadienne des compagnies d'assurances de personnes inc. :

Jean-Pierre Bernier, vice-président et avocat général;
Peter Goldthorpe, directeur responsable des questions reliées à la réglementation du marché.

Association of Fundraising Professionals :

J. Boyd McBride, président, chapitre d'Ottawa du Comité des relations gouvernementales.



If undelivered, return COVER ONLY to:
Public Works and Government Services Canada –
Publishing and Depository Services
Ottawa, Ontario K1A 0S5

En cas de non-livraison,
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada –
Les Éditions et Services de dépôt
Ottawa (Ontario) K1A 0S5

APPEARING

Tuesday, November 15, 2005

The Honourable Jerry Pickard, P.C., M.P., Parliamentary Secretary to
the Minister of Industry.

WITNESSES

Tuesday, November 15, 2005

Industry Canada:

Michael Binder, Assistant Deputy Minister, Spectrum, Information
Technologies and Telecommunications;

Len St. Aubin, Senior Director, Business and Regulatory Analysis,
Telecommunications Policy Branch;

Steve Williamson, Senior Advisor, Business and Regulatory
Analysis, Telecommunications Policy Branch;

Glenn Sheskay, Legal Counsel.

(Continued on previous page)

COMPARAÎT

Le mardi 15 novembre 2005

L'honorable Jerry Pickard, C.P., député, secrétaire parlementaire
ministre de l'Industrie.

TÉMOINS

Le mardi 15 novembre 2005

Industrie Canada :

Michael Binder, sous-ministre adjoint, Spectre, technologies
l'information et télécommunication;

Len St. Aubin, directeur principal, Analyse industrielle
réglementaire, Direction de politique des télécommunications;

Steve Williamson, conseiller principal, Analyse industrielle
réglementaire, Direction de politique des télécommunications;

Glenn Sheskay, conseiller juridique.

(Suite à la page précédente)





First Session
Thirty-eighth Parliament, 2004-05

SENATE OF CANADA

Standing Senate Committee on

Transport and Communications

Chair:

The Honourable JOAN FRASER

INDEX

OF PROCEEDINGS

(Issues Nos. 1 to 23 inclusive)

Première session de la
trente-huitième législature, 2004-2005

SÉNAT DU CANADA

Comité sénatorial permanent des

Transports et des communications

Présidente :

L'honorable JOAN FRASER

INDEX

DES DÉLIBÉRATIONS

(Fascicules n^{os} 1 à 23 inclusivement)



Prepared by

Teresa Ray

Information and Documentation Resource Service

LIBRARY OF PARLIAMENT

Compilé par

Teresa Ray

Service de ressources d'information et de documentation

BIBLIOTHÈQUE DU PARLEMENT

Published by the Senate of Canada

Publié par le Sénat du Canada

Available from: Public Works and Government Services Canada
Publishing and Depository Services, Ottawa, Ontario K1A 0S5

Disponible auprès des: Travaux publics et Services gouvernementaux Canada
Les Éditions et Services de dépôt, Ottawa (Ontario) K1A 0S5

Also available on the Internet: <http://www.parl.gc.ca>

Aussi disponible sur internet: <http://www.parl.gc.ca>

SENATE OF CANADA

Transport and Communications,
Standing Senate Committee
1st Session, 38th Parliament, 2004-05

INDEX

(Issues 1-23 inclusive)

Numbers in bold refer to the issue number.
Issue number followed by "R" refers to the report contained in that issue.
Upper part of an inclusive range of numbers is abbreviated (55- become 55-6).
Index is based on orders of reference of the committee, see title page issues.
Index is meant to help the user easily locate information from Standing Senate's Human Rights Committee proceedings, reflecting the wide variety of opinions and content of these hearings.

COMMITTEE

Transport and Communications

Budgets, 1:7-8; 11:4

Motions and decisions

Bill C-3, clause-by-clause consideration **20:7**, 50-1
Bill C-4, clause-by-clause consideration, **10:6**, 56
Bill C-18, clause-by-clause consideration, **12:6**, 69
Bill C-37, clause-by-clause consideration, **23:6-8**, 78-84
Bill S-31, clause-by-clause consideration, **21:4**, 36-7
Budget for a study of the Canadian news media (Fiscal year 2005-2006), **11:4**
Budget for legislative work (Fiscal year 2005-2006), **11:4**
Chair and Deputy Chair election, **1:4**
Draft budget for a study of the Canadian news media, for the fiscal year ending March 31, 2005, **1:7**
Draft budget for legislative work for the fiscal year ending March 31, 2005, **1:7-8**
Holding meetings to receive and print evidence, **3:4**
Organization meeting, **1:4-6**, 19-22
Tabling and hearing of a video presentation from NTV, Newfoundland Broadcasting Company, **14:5**
Tabling and reading of a letter from the Honourable Michel Després, Minister of Transport for the Province of Quebec, **21:4**, 35-6
Tabling of a letter from Allen Futerman, Eden Clean Air and Heating, **23:74**
Tabling of a letter from Richard French, Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), **23:74**
Tabling of a letter from the Honourable Jerry Pickard, Parliamentary Secretary to the Minister of Industry, **23:74**
Tabling of letter from Rick DesBrisay, RainMaker Call Centres, **23:74**
Videotaping and taking of pictures by the media, **8:3**
Witnesses' appearance, taping, **6:3**, 5

SÉNAT DU CANADA

Transports et des communications,
Comité sénatorial permanent
1^{re} session, 38^e législature, 2004-2005

INDEX

(Fascicules 1-23 inclusivement)

Les numéros en caractère gras indiquent les fascicules.
R : Le numéro du fascicule suivi d'un "R" réfère au rapport contenu dans ce même fascicule.
La partie supérieure de l'étendue inclusive d'une série de numéros de pages est abrégée (55-56 devient 55-6).
L'index est élaboré en fonction des ordres de renvoi, voir page titre des fascicules.
Le lecteur notera que cet index a pour but de témoigner du contenu des délibérations du Comité sénatorial permanent sur les Droits de la personne et à en faciliter l'accès, tout en reflétant les divers points de vue qui y ont été exprimés.

COMITÉ

Transports et des communications

Budgets, 1:7-8; 11:4

Motions et décisions

Budget pour travail législatif (exercice 2005-2006), **11:4**
Budget pour une étude des industries de médias canadiennes (exercice 2005-2006), **11:4**
Budget proposé pour mesures législatives pour l'exercice se terminant le 31 mars 2005, **1:7-8**
Budget proposé pour une étude des industries de médias canadiennes pour l'exercice se terminant le 31 mars 2005, **1:7**
Comparution de témoins, enregistrement, **6:3**, 5
Dépôt d'une lettre d'Allen Futerman, Eden Clean Air and Heating, **23:74**
Dépôt d'une lettre de l'honorable Jerry Pickard, secrétaire parlementaire du ministre de l'Industrie, **23:74**
Dépôt d'une lettre de Richard French, Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), **23:74**
Dépôt d'une lettre de Rick DesBrisay, RainMaker Call Centres, **23:74**
Dépôt et entendre d'une présentation vidéo de NTV, Newfoundland Broadcasting Company, **14:5**
Dépôt et lecture d'une lettre de l'honorable Michel Després, ministre des Transports du Québec, **21:4**, 35-6
Élection du Président et du vice-président, **1:4**
Enregistrement et prise de photos par les médias, **8:3**
Projet de loi C-3, étude article par article, **20:7**, 50-1
Projet de loi C-4, étude article par article, **10:6**, 56
Projet de loi C-18, étude article par article, **12:6**, 69
Projet de loi C-37, étude article par article, **23:6-8**, 78-84
Projet de loi S-31, étude article par article, **21:4**, 36-7
Réunion d'organisation, **1:4-6**, 19-22
Tenue de réunions et impression de témoignages, **3:4**

Order of reference

- Bill C-3, **20:3**
 Bill C-4, **10:3**
 Bill C-18, **12:3**
 Bill C-37, **23:3**
 Bill S-31, **20:3-4; 21:3-4**
 Examine and report on the current state of Canadian media industries; and submit a final report to the Senate no later than June 17, 2005; and that papers and evidence on the subject and work accomplished during the Thirty-seventh Parliament be referred to the Committee, **1:3**
 Final report on the study into the current state of Canadian media industries; emerging trends and developments; the media's role, rights and responsibilities in Canadian society; and policies relating thereto, be extended to December 23, 2005, **20:3**

Procedures**In Camera meetings**

- October 7, 2004, **1:4-6**
 October 21, 2004, **1:6-7**
 November 3, 2004, **1:7-8**
 November 16, 2004, **1:8**
 December 8, 2004, **3:4**
 December 13, 2004, **4:3**
 January 31, 2005, **6:4-6**
 February 15, 2005, **10:5-6**
 February 22, 2005, **11:3-4**
 February 23, 2005, **11:5**
 March 8, 2005, **12:4**
 March 21, 2005, **12:4-5**
 April 12, 2005, **13:3**
 May 3, 2005, **19:3**
 May 4, 2005, **19:3**
 May 17, 2005, **19:5**
 May 31, 2005, **19:6**
 June 1, 2005, **19:6-7**
 June 7, 2005, **20:5, 28**
 June 8, 2005, **20:6-7, 51**
 June 15, 2005, **21:37**
 June 21, 2005, **21:5**
 June 28, 2005, **21:5**
 June 29, 2005, **21:6**
 July 5, 2005, **21:6-7**
 September 28, 2005, **22:3**
 October 25, 2005, **22:5**
 October 26, 2005, **22:5**
 November 1, 2005, **22:6**
 November 2, 2005, **22:6-7**
 November 15, 2005, **23:5**
 November 25, 2005, **23:84**
 Committee's mandate, **1:22-3; 4:7, 84; 5:8; 6:8, 155, 160; 7:5; 19:8**
 Minutes of proceedings, **1:4-9; 2:3-4; 3:3-4; 4:3-5; 5:3-7; 6:3-7; 7:3-4; 8:3-4; 9:3-4; 10:4-6; 11:3-5; 12:4-6; 13:3-4; 14:3-4; 15:3-5; 16:3-4; 17:3-5; 18:3-4; 19:3-7; 20:5-7; 21:3-7; 22:3-7; 23:4-8**

Ordres de renvoi

- Examiner, pour en faire rapport, l'état actuel des industries médiatiques canadiennes; et présenter un rapport final au Sénat plus tard le 17 juin 2005; et que les mémoires et les témoignages sur la question par le Comité au cours de la trente-septième législature soient déférés au Comité, **1:3**
 Présentation du rapport final dans l'étude de l'état actuel des industries de médias canadiennes; des tendances et des développements émergents au sein de ces industries; du rôle, des droits et des obligations des médias dans la société canadienne; et des politiques actuelles et futures appropriées par rapport à ces industries, soit reportée au 23 décembre 2005, **20:3**
 Projet de loi C-3, **20:3**
 Projet de loi C-4, **10:3**
 Projet de loi C-18, **12:3**
 Projet de loi C-37, **23:3**
 Projet de loi S-31, **20:3-4; 21:3-4**

Procédure

- Mandat du comité, **1:22-3; 4:7, 84; 5:8; 6:8, 155, 160; 19:8**
 Organisation du comité, **1:21-2, 42, 57, 71; 2:5, 21, 36, 76; 3:5, 25, 53; 4:23, 36, 50, 63, 74, 101, 144, 156, 174; 5:22, 52, 63, 77, 91, 106, 122, 131, 145, 193; 6:26, 58, 82, 94, 113, 128-9, 133, 149, 156, 181, 222; 7:5, 32, 50; 8:5, 36-7, 67; 9:5, 14, 27, 34, 37, 44, 83; 10:8, 31-2, 55; 11:6, 51, 70-1, 99; 12:17, 42-3, 69; 13:5, 30-1, 80; 14:47, 59, 62, 69, 71, 75; 15:6, 31-2, 56-7, 91, 110; 16:5, 45, 60, 68; 17:6, 65, 148; 18:5, 33, 60; 19:8, 28, 63; 20:28-9, 49, 51; 21:9, 35-7; 22:9, 28, 64; 23:10, 23, 25, 33, 56, 62, 73-5, 77-84**
 Procès-verbaux, **1:4-9; 2:3-4; 3:3-4; 4:3-5; 5:3-7; 6:3, 7:3-4; 8:3-4; 9:3-4; 10:4-6; 11:3-5; 12:4-6; 13:3-4; 14:4; 15:3-5; 16:3-4; 17:3-5; 18:3-4; 19:3-7; 20:5-7; 21:22:3-7; 23:4-8**
 Réunions à huis clos
 7 octobre 2004, **1:4-6**
 21 octobre 2004, **1:6-7**
 3 novembre 2004, **1:7-8**
 16 novembre 2004, **1:8**
 8 décembre 2004, **3:4**
 13 décembre 2004, **4:3**
 31 janvier 2005, **6:4-6**
 15 février 2005, **10:5-6**
 22 février 2005, **11:3-4**
 23 février 2005, **11:5**
 8 mars 2005, **12:4**
 21 mars 2005, **12:4-5**
 12 avril 2005, **13:3**
 3 mai 2005, **19:3**
 4 mai 2005, **19:3**
 17 mai 2005, **19:5**
 31 mai 2005, **19:6**
 1 juin 2005, **19:6-7**
 7 juin 2005, **20:5, 28**
 8 juin 2005, **20:6-7, 51**
 15 juin 2005, **21:37**
 21 juin 2005, **21:5**
 28 juin 2005, **21:5**
 29 juin 2005, **21:6**
 5 juillet 2005, **21:6-7**

Procedures – *Cont'd*

Organization of the Committee, **1:21–2, 42, 57, 71; 2:5, 21, 36, 54, 76; 3:5, 25, 53; 4:23, 36, 50, 63, 74, 101, 144, 156, 174; 5:22, 52, 63, 77, 91, 106, 122, 131, 145, 193; 6:26, 58, 71, 82, 94, 113, 128–9, 133, 149, 156, 181, 222; 7:5, 32, 50, 71; 8:5, 36–7, 67; 9:5, 14, 27, 34, 37, 44, 83; 10:8, 31–2, 55–7; 11:6, 51, 70–1, 99; 12:17, 42–3, 69; 13:5, 30–1, 80; 14:5, 26, 47, 59, 62, 69, 71, 75; 15:6, 31–2, 56–7, 91, 110; 16:5, 34, 45, 60, 68; 17:6, 65, 148; 18:5, 33, 60; 19:8, 28, 63; 20:10, 28–9, 49, 51; 21:9, 35–7; 22:9, 28, 64; 23:10, 23, 25, 35, 38, 56, 62, 73–5, 77–84**

Reports to the Senate

Eighth Report, Bill S-31, without amendment, **21:8**
 Fifth Report, Budget for a study of the Canadian news media (Fiscal year 2005-2006), **12:7–11, 14**
 First Report, Expenses incurred during the Third Session of the Thirty-seventh Parliament, **1:10**
 Fourth Report, Bill C-4, without amendment, **10:7**
 Ninth Report, Bill C-37, without amendment but with observations, **23:9**
 Second Report, Budget for a study of the Canadian news media (Fiscal year 2004-2005), **1:10–15, 18**
 Seventh Report, Bill C-3, without amendment but with observations, **20:8–9**
 Sixth Report, Bill C-18, without amendment but with observations, **12:15–16**
 Third Report, Budget for a study of the Canadian news media (Fiscal year 2004-2005), **4:6**

SENATORS**Adams, Hon. Willie**

Act to amend the Canada Shipping Act, the Canada Shipping Act, 2001, the Canada National Marine Conservation Areas Act and the Oceans Act, **20:16, 27, 49–50**
 Bill C-3, **20:49–50**
 Canadian Coast Guard (CCG), **20:16, 25, 27, 33, 47–8, 50**
 Federal government agencies, **20:48**
 Government intervention, **20:15, 26–7, 48**
 House of Commons Standing Committees, **20:27**
 Lobbying and representation, **20:25–7**
 Transport Canada, **20:49**
 Water transport industry, **20:15–17, 25–7, 33, 49–50**

Carney, Hon. Pat

Act to amend the Telefilm Canada Act and Another Act, **12:50–2, 62–5**
 Advertising industry, **6:64–5; 7:70**
 Audience targeting, **6:44, 75–6, 100, 111, 120, 124–5, 169, 180; 7:70; 8:27**
 Bill C-18, An Act to amend the Telefilm Canada Act and Another Act, **12:50, 62–5**
 Broadcast media, **6:205; 8:43–6; 13:13–16, 23–5, 27, 45–6, 48**
 Broadcasting companies, **7:44**
 Canadian Broadcasting Corporation (CBC), **3:12; 8:43–4**
 Canadian Charter of Rights and Freedoms, **13:16**
 Canadian Heritage, **12:63**

Procédure – *Suite***Réunions à huis clos – *Suite***

28 septembre 2005, **22:3**
 25 octobre 2005, **22:5**
 26 octobre 2005, **22:5**
 1 novembre 2005, **22:6**
 2 novembre 2005, **22:6–7**
 15 novembre 2005, **23:5**
 25 novembre 2005, **23:84**

Rapports au Sénat

Cinquième Rapport, Budget aux fins de l'étude des médias canadiens d'actualités (exercice financier 2005-2006), **12:7–9, 12–14**
 Deuxième Rapport, Budget aux fins de l'étude des médias canadiens d'actualités (exercice financier 2004-2005), **1:10–13, 16–18**
 Huitième rapport, projet de loi S-31, sans amendement, **21:8**
 Neuvième rapport, projet de loi C-37, sans amendement mais avec des observations, **23:9**
 Premier Rapport, Dépenses encourues au cours de la troisième session de la trente-septième législature, **1:10**
 Quatrième Rapport, projet de loi C-4, sans amendement, **10:7**
 Septième rapport, projet de loi C-3, sans amendement mais avec des observations, **20:8–9**
 Sixième Rapport, Projet de loi C-18, sans amendement mais avec des observations, **12:15–16**
 Troisième Rapport, Budget aux fins de l'étude des médias canadiens d'actualités (exercice financier 2004-2005), **4:6**

SÉNATEURS**Adams, honorable Willie**

Chambre des communes, Comités permanents, **20:27**
 Garde côtière canadienne (GCC), **20:16, 25, 27, 33, 47–8, 50**
 Industrie du transport maritime, **20:15–17, 25–7, 33, 49–50**
 Interventions gouvernementales, **20:15, 26–7, 48**
 Lobbying et représentation, **20:25–7**
 Loi modifiant la Loi sur la marine marchande du Canada, la Loi de 2001 sur la marine marchande du Canada, la Loi sur les aires marines nationales de conservation du Canada et la Loi sur les océans, **20:16, 27, 49–50**
 Organismes fédéraux, **20:48**
 Projet de loi C-3, **20:49–50**
 Transports Canada, **20:49**

Carney, honorable Pat

Agences de nouvelles, **6:195; 7:45; 11:38**
 Aide financière, **6:106**
 Alphabétisation, apprentissage aux médias, **6:55; 8:48–9**
 CanWest Global Communications Corporation, **3:34; 6:43, 64, 121, 124; 7:44; 8:26; 11:15; 13:14, 45–8**
 Charte canadienne des droits et libertés, **13:16**
 Choix de publics cibles, **6:44, 75–6, 100, 111, 120, 124–5, 169, 180; 7:70; 8:27**
 Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), **11:16–17; 13:15–16, 24, 26**
 Conseils de presse, **6:53–4; 7:10–11, 28–9, 43; 8:52–3; 11:38**

Carney, Hon. Pat – Cont'd

Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 11:16–17; 13:15–16, 24, 26
 CanWest Global Communications Corporation, 3:34; 6:43, 64, 121, 124; 7:44; 8:26; 11:15; 13:14, 45–8
 Cited laws, 3:34; 6:43, 89–90; 11:15–16; 12:68
 Ethnic press and media, 3:36; 6:74–9, 170, 204–6; 7:44; 8:36, 58
 Federal government agencies, 3:11, 19; 13:14
 Financial assistance, 6:106
Globe and Mail, The, 3:13; 8:44
 Government intervention, 3:11–12, 19, 34–5; 8:44; 11:15–16, 38; 12:63; 13:11, 49
 Independent newspapers, 6:64; 7:44
 Industry Canada, 8:48
 Information technology, 6:43–7, 74, 100–1, 106, 121, 169, 179, 216–17, 219; 8:25, 27, 44–5, 48; 11:17; 13:15, 24–5
 Intellectual property, 6:43–5, 121; 11:15
 Journalism schools, 3:20, 34; 6:45, 169, 179; 8:10, 25; 11:27
 Journalists, 3:12, 19–20, 33–6; 6:44–5, 64, 75, 106, 120–1, 194–5, 213; 7:29–30; 8:11, 19, 25–7; 11:15–16, 28; 13:46
 Knowledge Network, 6:88–90
 Lobbying and representation, 6:64; 7:10; 13:15
 Media industry structure, 3:12–13; 6:53–6, 169–70, 195; 8:43–5, 58; 11:26–7, 38; 13:45
 Media literacy, 6:55; 8:48–9
 Media monopolies, 3:33; 6:196; 7:44; 8:25–6; 13:47
 Multiculturalism, 6:74, 78, 206, 212; 8:35, 57–8
 Multi-media convergence, 3:19, 30; 6:54, 64, 78, 111, 195; 11:17; 13:48–9
 News coverage, features, 3:13, 20; 6:55; 8:62; 11:49
 News editor, 6:125
 News services, 6:195; 7:45; 11:38
 Newspapers, 6:55, 68, 75, 78, 112–13, 124–5, 195, 213; 7:10, 44, 70; 8:43, 49, 58; 13:47
 Periodicals cited, 3:19; 6:106; 8:52
 Press councils, 6:53–4; 7:10–11, 28–9, 43; 8:52–3; 11:38
 Printing and distribution cost, 6:106; 8:43
 Publishers and professionals, 3:34; 6:194–5; 7:29, 44; 8:45; 11:39
 Studies and reports, 6:171; 12:62
 Telefilm Canada, 12:49–51, 62–3
 Torstar Corporation, 3:13; 11:39, 49
 TVOntario, 6:88

Chaput, Hon. Maria

ACCESS Television (ACCESS), 7:58–9
 Act to amend the Canada Shipping Act, the Canada Shipping Act, 2001, the Canada National Marine Conservation Areas Act and the Oceans Act, 20:21, 35
 Act to amend the Telecommunications Act, 23:20, 32, 34–5
 Act to amend the Telefilm Canada Act and another Act, 12:54
 Advertising industry, 4:111; 5:82–3, 113; 11:87; 23:60
 Audience targeting, 5:15, 21, 141; 6:23; 8:36; 9:19, 40; 11:87; 22:15; 23:32, 60
 Aviation industry, 10:50–1

Carney, honorable Pat – Suite

Convergence du multimédia, 3:19, 30; 6:54, 64, 78, 111, 195; 11:17; 13:48–9
 Couverture de l'actualité, reportages, 3:13, 20; 6:55; 8:6, 11:49
 Écoles de journalisme, 3:20, 34; 6:45, 169, 179; 8:10, 21:27
 Éditeurs et professionnels, 3:34; 6:194–5; 7:29, 44; 8:43, 11:39
 Études et rapports, 6:171; 12:62
 Frais d'impression et distribution, 6:106; 8:43
Globe and Mail, The, 3:13; 8:44
 Industrie Canada, 8:48
 Industrie de la publicité, 6:64–5; 7:70
 Interventions gouvernementales, 3:11–12, 19, 34–5; 8:4, 11:15–16, 38; 12:63; 13:11, 49
 Journalistes, 3:12, 19–20, 33–6; 6:44–5, 64, 75, 106, 12194–5, 213; 7:29–30; 8:11, 19, 25–7; 11:15–16, 28; 13:3:20
 Journaux, 6:55, 68, 75, 78, 112–13, 124–5, 195, 213; 7:44, 70; 8:43, 49, 58; 13:47
 Journaux indépendants, 6:64; 7:44
 Knowledge Network, 6:88–90
 Lobbying et représentation, 6:64; 7:10; 13:15
 Loi modifiant la Loi sur Téléfilm Canada et une autre loi conséquence, 12:50–2, 62–5
 Lois citées, 3:34; 6:43, 89–90; 11:15–16; 12:68
 Monopolisation des médias, 3:33; 6:196; 7:44; 8:25–6; 13:47
 Multiculturalisme, 6:74, 78, 206, 212; 8:35, 57–8
 Organismes fédéraux, 3:11, 19; 13:14
 Patrimoine canadien, 12:63
 Périodiques cités, 3:19; 6:106; 8:52
 Presse et médias ethniques, 3:36; 6:74–9, 170, 204–6; 7:8:36, 58
 Projet de loi C-18, Loi modifiant la Loi sur Téléfilm Canada et une autre loi en conséquence, 12:50, 62–5
 Propriété intellectuelle, 6:43–5, 121; 11:15
 Radiodiffusion, 6:205; 8:43–6; 13:13–16, 23–5, 27, 45
 Rédacteur en chef, 6:125
 Société Radio-Canada (SRC), 3:12; 8:43–4
 Sociétés de radiodiffusion, 7:44
 Structure des industries de médias, 3:12–13; 6:53–6, 169, 179, 216–17, 219; 8:25, 27, 44–5, 48; 11:17; 13:15
 Technologie de l'information, 6:43–7, 74, 100–1, 106, 169, 179, 216–17, 219; 8:25, 27, 44–5, 48; 11:17; 13:15
 Téléfilm Canada, 12:49–51, 62–3
 Torstar Corporation, 3:13; 11:39, 49
 TVOntario, 6:88

Chaput, honorable Maria

ACCESS Television (ACCESS), 7:58–9
 Agences de nouvelles, 5:75
 Aide financière, 6:93
 Alphabétisation, apprentissage aux médias, 4:93, 153–6:93; 9:75; 22:61–2; 23:32, 60
 CanWest Global Communications Corporation, 13:67
 Charte canadienne des droits et libertés, 3:16; 4:167; 5:11:87; 22:15; 23:32, 60
 Conseil canadien des normes de la radiotélévision (CCN), 22:40–1

Chaput, Hon. Maria – Cont'd

- Bill C-37, An Act to amend the Telecommunications Act, **23:35**
 Broadcast media, **4:93; 5:63; 8:47; 9:29, 40; 11:87–8; 21:24**
 Canadian Broadcast Standards Council (CBSC), **22:40–1**
 Canadian Broadcasting Corporation (CBC), **5:112, 126; 8:48; 9:19, 26, 33–4; 22:61–2**
 Canadian Charter of Rights and Freedoms, **3:16; 4:167; 5:34**
 Canadian Coast Guard (CCG), **20:20–1**
 Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), **4:167; 5:44, 184; 9:33; 21:24; 23:32, 35–6**
 CanWest Global Communications Corporation, **13:67–8**
 Cited laws, **5:169–70; 12:54**
 CTV News, **21:24; 22:40**
 Ethnic press and media, **1:38; 5:20, 156; 6:77, 210; 9:29, 40, 43**
 Federal government agencies, **5:77, 95**
 Financial assistance, **6:93**
 Gesca Ltée, **12:29**
Globe and Mail, The, **19:47**
 Government intervention, **1:70–1; 5:34, 63, 75, 77, 95, 138, 155; 6:125–6; 8:33**
 Independent newspapers, **7:48**
 Information technology, **5:34; 6:125, 178; 8:47–8; 9:43; 11:88; 19:18**
 Intellectual property, **19:47–8**
 International Interests in Mobile Equipment (aircraft equipment) Act, **10:50–1**
 Journalism schools, **3:22; 6:77; 9:75**
 Journalists, **3:21–2; 5:169, 176; 6:77; 7:49; 8:18; 13:67–8; 19:47; 22:61**
 Knowledge Network, **6:93**
 Labour unions, **5:176**
 Lobbying and representation, **5:66, 74; 22:15; 23:60**
 Local television stations, **5:44**
 Media industry structure, **3:15; 5:34, 99, 102, 113, 121, 177; 7:48; 8:59; 22:61**
 Media literacy, **4:93, 153–4; 6:93; 9:75; 22:61–2; 23:32, 60**
 Media monopolies, **6:39, 177–8**
 Multiculturalism, **4:93, 139, 154; 5:56, 66, 95; 6:178; 7:58; 9:26, 33**
 Multi-media convergence, **1:38–9; 4:153, 168; 5:43, 83; 6:77; 7:23, 48; 8:59–60; 11:33; 19:19**
 News coverage, features, **8:59**
 News editor, **22:61**
 News services, **5:75**
 Newspapers, **8:36**
 Periodicals, **1:65; 22:15**
 Press councils, **4:139; 5:184, 192; 7:22–3; 9:55, 79**
 Printing and distribution cost, **1:65, 71**
 Publishers and professionals, **5:15; 6:177–8; 7:22**
 Studies and reports, **6:177**
 Telefilm Canada, **12:49, 54**
 Télé-Québec, **5:138–9, 141**
 Torstar Corporation, **11:32**
 Transport Canada, **20:21**
 TVOntario, **4:93–4; 5:138**
 United Kingdom, media model, **19:19**
 Water transport industry, **20:21**

Chaput, honorable Maria – Suite

- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), **4:167; 5:44, 184; 9:33; 21:24; 23:32, 35–6**
 Conseils de presse, **4:139; 5:184, 192; 7:22–3; 9:55, 79**
 Convergence du multimédia, **1:38–9; 4:153, 168; 5:43, 83; 6:77; 7:23, 48; 8:59–60; 11:33; 19:19**
 Couverture de l'actualité, reportages, **8:59**
 CTV News, **21:24; 22:40**
 Écoles de journalisme, **3:22; 6:77; 9:75**
 Éditeurs et professionnels, **5:15; 6:177–8; 7:22**
 Études et rapports, **6:177**
 Frais d'impression et distribution, **1:65, 71**
 Garde côtière canadienne (GCC), **20:20–1**
 Gesca Ltée, **12:29**
Globe and Mail, The, **19:47**
 Industrie de la publicité, **4:111; 5:82–3, 113; 11:87; 23:60**
 Industrie de l'aéronautique, **10:50–1**
 Industrie du transport maritime, **20:21**
 Interventions gouvernementales, **1:70–1; 5:34, 63, 75, 77, 95, 138, 155; 6:125–6; 8:33**
 Journalistes, **3:21–2; 5:169, 176; 6:77; 7:49; 8:18; 13:67–8; 19:47; 22:61**
 Journaux, **8:36**
 Journaux indépendants, **7:48**
 Knowledge Network, **6:93**
 Lobbying et représentation, **5:66, 74; 22:15; 23:60**
 Loi modifiant la Loi sur la marine marchande du Canada, la Loi de 2001 sur la marine marchande du Canada, la Loi sur les aires marines nationales de conservation du Canada et la Loi sur les océans, **20:21, 35**
 Loi modifiant la Loi sur les télécommunications, **23:20, 32, 34–5**
 Loi modifiant la Loi sur Téléfilm Canada et une autre loi en conséquence, **12:54**
 Loi sur les garanties internationales portant sur des matériels d'équipement mobiles (matériels d'équipement aéronautiques), **10:50–1**
 Lois citées, **5:169–70; 12:54**
 Monopolisation des médias, **6:39, 177–8**
 Multiculturalisme, **4:93, 139, 154; 5:56, 66, 95; 6:178; 7:58; 9:26, 33**
 Organismes fédéraux, **5:77, 95**
 Périodiques, **1:65; 22:15**
 Presse et médias ethniques, **1:38; 5:20, 156; 6:77, 210; 9:29, 40, 43**
 Projet de loi C-37, Loi modifiant la Loi sur les télécommunications, **23:35**
 Propriété intellectuelle, **19:47–8**
 Radiodiffusion, **4:93; 5:63; 8:47; 9:29, 40; 11:87–8; 21:24**
 Rédacteur en chef, **22:61**
 Royaume-Uni, modèle de médias, **19:19**
 Société Radio-Canada (SRC), **5:112, 126; 8:48; 9:19, 26, 33–4; 22:61–2**
 Stations de télévision locales, **5:44**
 Structure des industries de médias, **3:15; 5:34, 99, 102, 113, 121, 177; 7:48; 8:59; 22:61**
 Syndicats, **5:176**
 Technologie de l'information, **5:34; 6:125, 178; 8:47–8; 9:43; 11:88; 19:18**
 Téléfilm Canada, **12:49, 54**
 Télé-Québec, **5:138–9, 141**

Cordy, Hon. Jane

Act to amend the Telecommunications Act, **23:75-7**
 Bill C-37, An Act to amend the Telecommunications Act,
23:75

Dawson, Hon. Dennis

Act to amend the Telecommunications Act, **23:68-9**
 Canadian Radio-television and Telecommunications
 Commission (CRTC), **23:68**

Di Nino, Hon. Consiglio

Audience targeting, **4:98, 109, 156, 174**
 Broadcast media, **4:34, 68**
 Canadian Broadcasting Corporation (CBC), **4:20-3, 33-4, 78-9, 81, 173**
 Canadian Charter of Rights and Freedoms, **4:33**
 Canadian Radio-television and Telecommunications
 Commission (CRTC), **4:20, 35, 60**
 Cited laws, **4:60**
 Ethnic press and media, **4:59-61, 73, 110**
 Federal government agencies, **4:60**
Globe and Mail, The, **4:152**
 Government intervention, **4:127, 165**
 Information technology, **4:44**
 Journalists, **4:33, 141**
 Media industry structure, **4:33-5, 50, 78, 127, 151**
 Media literacy, **4:155**
 Media monopolies, **4:34, 165**
 Multiculturalism, **4:59, 97**
 Multi-media convergence, **4:44, 50-1, 60, 67, 133, 152-3, 166**
 National Ethnic Press and Media Council of Canada
 (NEPMCC), **4:73, 109**
 News coverage, features, **4:44, 133**
 Newspapers, **4:59, 109-10, 152**
 Press councils, **4:133-4, 165**
 Publishers and professionals, **4:60, 78, 127-8**
 Technologies for deaf persons, **4:68**
 TVOntario, **4:97-8**

Eggleton, Hon. Art

Canadian Coast Guard (CCG), **20:34, 45-6**

Eyton, Hon. John Trevor

ACCESS Television (ACCESS), **7:59-61, 64**
 Act to amend the Canada Shipping Act, the Canada Shipping
 Act, 2001, the Canada National Marine Conservation Areas
 Act and the Oceans Act, **20:35-6**
 Act to amend the Telecommunications Act, **23:21-2, 25, 33-5, 50-3, 72**
 Act to amend the Telefilm Canada Act and Another Act,
12:58, 68
 Advertising industry, **5:72, 83-6; 6:23-4; 14:52; 15:17; 16:57; 23:51-2**
 Audience targeting, **1:62; 5:14, 48-9; 6:23, 109; 14:15, 50, 52; 16:57-8; 17:31; 22:35; 23:50-1**
 Aviation industry, **10:47-8, 53**

Chaput, honorable Maria — Suite

Torstar Corporation, **11:32**
 Transports Canada, **20:21**
 TVOntario, **4:93-4; 5:138**

Cordy, honorable Jane

Loi modifiant la Loi sur les télécommunications, **23:75-7**
 Project de loi C-37, Loi modifiant la Loi sur les
 télécommunications, **23:75**

Dawson, honorable Dennis

Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications
 canadiennes (CRTC), **23:68**
 Loi modifiant la Loi sur les télécommunications, **23:68-9**

Di Nino, honorable Consiglio

Alphabétisation, apprentissage aux médias, **4:155**
 Charte canadienne des droits et libertés, **4:33**
 Choix de publics cibles, **4:98, 109, 156, 174**
 Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications
 canadiennes (CRTC), **4:20, 35, 60**
 Conseils de presse, **4:133-4, 165**
 Convergence du multimédia, **4:44, 50-1, 60, 67, 133, 152, 166**
 Couverture d'actualité, reportages, **4:44, 133**
 Éditeurs et professionnels, **4:60, 78, 127-8**
Globe and Mail, The, **4:152**
 Interventions gouvernementales, **4:127, 165**
 Journalistes, **4:33, 141**
 Journaux, **4:59, 109-10, 152**
 Lois citées, **4:60**
 Monopolisation des médias, **4:34, 165**
 Multiculturalisme, **4:59, 97**
 National Ethnic Press and Media Council of Canada
 (NEPMCC), **4:73, 109**
 Organismes fédéraux, **4:60**
 Presse et médias ethniques, **4:59-61, 73, 110**
 Radiodiffusion, **4:34, 68**
 Société Radio-Canada (SRC), **4:20-3, 33-4, 78-9, 81, 110**
 Structure des industries de médias, **4:33-5, 50, 78, 127, 133**
 Technologie de l'information, **4:44**
 Technologies aux personnes sourdes, **4:68**
 TVOntario, **4:97-8**

Eggleton, honorable Art

Garde côtière canadienne (GCC), **20:34, 45-6**

Eyton, honorable John Trevor

ACCESS Television (ACCESS), **7:59-61, 64**
 Agences de nouvelles, **5:70; 17:29**
 Aide financière, **12:60**
 Alphabétisation, apprentissage aux médias, **1:56; 5:15-16; 14:37, 39-42, 46-7, 73; 15:104-5; 17:20, 44; 23:21**
 Association canadienne des journalistes, **6:34; 15:18**
 Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR), **11:13-28**
 CanWest Global Communications Corporation, **6:110**
 Chambre des communes, Comités permanents, **23:50-1**
 Choix de publics cibles, **1:62; 5:14, 48-9; 6:23, 109; 11:150, 52; 16:57-8; 17:31; 22:35; 23:50-1**

Cyton, Hon. John Trevor – Cont'd

Bill S-31, An Act to authorize the construction and maintenance of a bridge over the St. Lawrence River and a bridge over the Beauharnois Canal for the purpose of completing Highway 30, **20:42**
 Broadcast media, **1:54; 2:17, 33; 3:50; 11:85–6; 14:16–17, 37, 39–40; 17:21, 45; 22:53, 55**
 Broadcasting companies, **5:48; 7:59; 15:17; 22:54**
 Canadian Association of Broadcasters (CAB), **11:84–6; 13:28**
 Canadian Association of Journalists (CAJ), **6:34; 15:18**
 Canadian Broadcast Standards Council (CBSC), **22:33–5**
 Canadian Broadcasting Corporation (CBC), **1:55; 2:33; 3:50; 6:199; 15:81–2; 16:40–1; 22:53–5**
 Canadian Coast Guard (CCG), **20:36**
 Canadian Heritage, **12:58–60; 16:57–8**
 Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), **1:53; 2:17, 33; 22:34; 23:21, 33**
 CanWest Global Communications Corporation, **6:110**
 Cited laws, **1:53; 6:199; 12:68**
 CTV News, **6:199**
 Ethnic press and media, **6:24, 69, 81; 15:56–7**
 Federal government agencies, **14:68**
 Financial assistance, **12:60**
Globe and Mail, The, **1:55; 11:85**
 Government intervention, **1:64; 3:50–1; 5:31, 48–9, 59–60; 6:81, 122; 7:60; 14:18, 39, 52; 15:19; 16:57; 17:44; 20:42**
 Highway 30 Completion Bridges Act, **20:41–4**
 House of Commons Standing Committees, **23:50**
 Independent newspapers, **5:71; 14:40, 51–2; 15:17, 80, 95, 97; 17:21, 45**
 Information technology, **1:54; 3:50; 5:17; 6:122–3; 10:46–7; 11:86; 16:41; 17:21**
 International Interests in Mobile Equipment (aircraft equipment) Act, **10:46–8, 54**
 Journalism schools, **3:50; 5:31, 33; 6:81, 176; 7:18; 16:18–20, 41; 17:43–4**
 Journalists, **3:50; 5:32–3; 6:81, 175, 200, 215; 15:18–19; 17:31–2**
 Knowledge Network, **6:87–8**
 Labour unions, **22:55**
 Lobbying and representation, **5:59; 6:68–9; 13:27; 14:51; 23:50, 72**
 Local television stations, **2:16**
 Media industry structure, **5:16–17, 31, 70; 6:24, 57, 108, 122, 132–3, 176–7; 7:17–19; 11:86; 14:38, 73; 15:17–18, 80; 17:19–20, 30; 22:34, 53–4; 23:34**
 Media literacy, **1:56; 5:15–16; 14:37, 39–42, 46–7, 73; 15:104–5; 17:20, 44; 23:21**
 Media monopolies, **1:53, 55; 2:16; 5:17; 6:177; 13:27; 15:15; 17:22, 44**
 Multiculturalism, **5:16; 16:56**
 Multi-media convergence, **2:17, 33–4; 5:18, 33, 48–9, 73, 85; 6:144–5; 11:85–6; 13:27–8; 14:18, 68; 17:29, 44–5**
 Newfoundland Broadcasting Company, **14:13–16; 15:81**
 News coverage, features, **5:33; 6:109; 15:104; 17:31**
 News editor, **14:68**
 News services, **5:70; 17:29**
 Newspapers, **1:55; 5:16, 73; 6:109, 122; 14:68; 17:44**
 Periodicals, **1:62, 64**
 Periodicals cited, **1:62**
 Press councils, **7:16–18**

Eyton, honorable John Trevor – Suite

Conseil canadien des normes de la radiotélévision (CCNR), **22:33–5**
 Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), **1:53; 2:17, 33; 22:34; 23:21, 33**
 Conseils de presse, **7:16–18**
 Convergence du multimédia, **2:17, 33–4; 5:18, 33, 48–9, 73, 85; 6:144–5; 11:85–6; 13:27–8; 14:18, 68; 17:29, 44–5**
 Couverture de l'actualité, reportages, **5:33; 6:109; 15:104; 17:31**
 CTV News, **6:199**
 Écoles de journalisme, **3:50; 5:31, 33; 6:81, 176; 7:18; 16:18–20, 41; 17:43–4**
 Éditeurs et professionnels, **3:52; 5:18, 49; 6:109, 199; 14:68; 15:18; 17:20, 22, 43–4; 22:55**
 Études et rapports, **5:31, 85; 6:175–6; 7:18; 15:17**
 Frais d'impression et distribution, **1:63–4; 3:50–2**
 Garde côtière canadienne (GCC), **20:36**
Globe and Mail, The, **1:55; 11:85**
 Industrie de la publicité, **5:72, 83–6; 6:23–4; 14:52; 15:17; 16:57; 23:51–2**
 Industrie de l'aéronautique, **10:47–8, 53**
 Interventions gouvernementales, **1:64; 3:50–1; 5:31, 48–9, 59–60; 6:81, 122; 7:60; 14:18, 39, 52; 15:19; 16:57; 17:44; 20:42**
 Journalistes, **3:50; 5:32–3; 6:81, 175, 200, 215; 15:18–19; 17:31–2**
 Journaux, **1:55; 5:16, 73; 6:109, 122; 14:68; 17:44**
 Journaux indépendants, **5:71; 14:40, 51–2; 15:17, 80, 95, 97; 17:21, 45**
 Knowledge Network, **6:87–8**
 Lobbying et représentation, **5:59; 6:68–9; 13:27; 14:51; 23:50, 72**
 Loi modifiant la Loi sur la marine marchande du Canada, la Loi de 2001 sur la marine marchande du Canada, la Loi sur les aires marines nationales de conservation du Canada et la Loi sur les océans, **20:35–6**
 Loi modifiant la Loi sur les télécommunications, **23:21–2, 25, 33–5, 50–3, 72**
 Loi modifiant la Loi sur Téléfilm Canada et une autre loi en conséquence, **12:58, 68**
 Loi sur les garanties internationales portant sur des matériels d'équipement mobiles (matériels d'équipement aéronautiques), **10:46–8, 54**
 Loi sur les ponts nécessaires au parachèvement de l'autoroute 30, **20:41–4**
 Lois citées, **1:53; 6:199; 12:68**
 Monopolisation des médias, **1:53, 55; 2:16; 5:17; 6:177; 13:27; 15:15; 17:22, 44**
 Multiculturalisme, **5:16; 16:56**
 Newfoundland Broadcasting Company, **14:13–16; 15:81**
 Organismes fédéraux, **14:68**
 Patrimoine canadien, **12:58–60; 16:57–8**
 Périodiques, **1:62, 64**
 Périodiques cités, **1:62**
 Presse et médias ethniques, **6:24, 69, 81; 16:56–7**
 Projet de loi S-31, Loi autorisant la construction et l'entretien d'un pont franchissant le fleuve Saint-Laurent et d'un pont franchissant le canal de Beauharnois en vue du parachèvement de l'autoroute 30, **20:42**
 Radiodiffusion, **1:54; 2:17, 33; 3:50; 11:85–6; 14:16–17, 37, 39–40; 17:21, 45; 22:53, 55**

Eyton, Hon. John Trevor – Cont'd

Printing and distribution cost, 1:63–4; 3:50–2
 Publishers and professionals, 3:52; 5:18, 49; 6:109, 199;
 14:68; 15:18; 17:20, 22, 43–4; 22:55
 Shaw Communications Inc., 6:132
 Studies and reports, 5:31, 85; 6:175–6; 7:18; 15:17
 Telefilm Canada, 12:58–60
 Torstar Corporation, 6:199
 Transport Canada, 20:42–3
 TVOntario, 6:87
 United Kingdom, media model, 2:33

Fairbairn, Hon. Joyce

Broadcast media, 2:11
 Broadcasting companies, 2:11–12, 27
 Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 2:12
 Information technology, 2:12, 27–8
 Local television stations, 2:11
 Media literacy, 2:11, 20, 27
 Multi-media convergence, 2:19
 Publishers and professionals, 2:28

Forrestall, Hon. Michael

Aviation industry, 10:13–14
 Export Development Canada (EDC), 10:14
 Government intervention, 10:13
 International Interests in Mobile Equipment (aircraft
 equipment) Act, 10:12–14, 30–1
 Labour unions, 2:44–5
 Multi-media convergence, 2:45

Fraser, Hon. Joan, Chair of the Committee

Aboriginal Peoples Television Network (APTN), 8:65; 9:76–
 7
 ACCESS Television (ACCESS), 7:55, 65
 Act to amend the Canada Shipping Act, the Canada Shipping
 Act, 2001, the Canada National Marine Conservation Areas
 Act and the Oceans Act, 20:21, 23, 30, 35, 49–50
 Act to amend the Telecommunications Act, 23:18, 24–5, 33,
 36, 44, 53, 55, 71, 73–4, 76–7
 Act to amend the Telefilm Canada Act and Another Act,
 12:52, 61–5
 Advertising industry, 2:35, 50; 4:112; 6:104; 7:42; 11:47,
 95–7; 13:21; 14:67; 15:48–9; 17:71–2, 74–5, 77, 134; 18:43,
 45; 23:39, 60
 Audience targeting, 1:65, 67; 2:35; 3:21; 4:63, 74–5, 113;
 5:18–19, 137, 143; 6:23, 65, 67, 94, 144, 208, 214; 7:45, 49,
 64; 9:13, 43, 58–9; 13:56; 14:45, 67; 15:46, 48–9; 16:26, 43,
 55, 59, 68; 17:51, 72, 79, 88–9, 99, 101–2; 18:20, 33, 60;
 19:60
 Aviation industry, 10:52
 Bill C-3, 20:30, 49–50
 Bill C-18, An Act to amend the Telefilm Canada Act and
 Another Act, 12:61, 63–5

Eyton, honorable John Trevor – Suite

Rédacteur en chef, 14:68
 Royaume-Uni, modèle de médias, 2:33
 Shaw Communications Inc., 6:132
 Société Radio-Canada (SRC), 1:55; 2:33; 3:50; 6:199;
 15:81–2; 16:40–1; 22:53–5
 Sociétés de radiodiffusion, 5:48; 7:59; 15:17; 22:54
 Stations de télévision locales, 2:16
 Structure des industries de médias, 5:16–17, 31, 70; 6:24,
 108, 122, 132–3, 176–7; 7:17–19; 11:86; 14:38, 73; 15:1
 18, 80; 17:19–20, 30; 22:34, 53–4; 23:34
 Syndicats, 22:55
 Technologie de l'information, 1:54; 3:50; 5:17; 6:122–3;
 10:46–7; 11:86; 16:41; 17:21
 Téléfilm Canada, 12:58–60
 Torstar Corporation, 6:199
 Transports Canada, 20:42–3
 TVOntario, 6:87

Fairbairn, honorable Joyce

Alphabétisation, apprentissage aux médias, 2:11, 20, 27
 Convergence du multimédia, 2:19
 Éditeurs et professionnels, 2:28
 Radiodiffusion, 2:11
 Société Radio-Canada (SRC), 2:12
 Sociétés de radiodiffusion, 2:11–12, 27
 Stations de télévision locales, 2:11
 Technologie de l'information, 2:12, 27–8

Forrestall, honorable Michael

Convergence du multimédia, 2:45
 Exportation et développement Canada (EDC), 10:14
 Industrie de l'aéronautique, 10:13–14
 Interventions gouvernementales, 10:13
 Loi sur les garanties internationales portant sur des maté-
 riels d'équipement mobiles (matériels d'équipement
 aéronautiques), 10:12–14, 30–1
 Syndicats, 2:44–5

Fraser, honorable Joan, présidente du comité

Aboriginal Peoples Television Network (APTN), 8:65; 9:
 7
 ACCESS Television (ACCESS), 7:55, 65
 Agences de nouvelles, 3:48; 6:126; 11:36; 15:21, 51; 16:
 18:33; 21:34
 Alphabétisation, apprentissage aux médias, 1:58; 6:104,
 80, 218; 7:58; 13:56; 14:32, 42, 46, 50, 74; 15:54, 70–2,
 103–4; 17:88, 119; 18:59; 23:18, 33, 55
 Association canadienne des journalistes, 6:33; 15:10, 28
 Brunswick News Inc. (BNI), 17:64, 80, 133, 144; 18:43,
 52, 54–5, 57–8, 60
 CanWest Global Communications Corporation, 3:34; 4:
 6:42–3, 121, 197, 214, 221; 7:49; 13:70–3, 76–80; 17:3
 Chambre des communes, Comités permanents, 20:28
 Charte canadienne des droits et libertés, 4:169; 6:103; 1:
 15:76; 16:67
 Choix de publics cibles, 1:65, 67; 2:35; 3:21; 4:63, 74–
 113; 5:18–19, 137, 143; 6:23, 65, 67, 94, 144, 208, 214;
 7:45, 49, 64; 9:13, 43, 58–9; 13:56; 14:45, 67; 15:46, 4
 16:26, 43, 55, 59, 68; 17:51, 72, 79, 88–9, 99, 101–2; 1
 33, 60; 19:60
Chronicle-Herald, The, 15:27, 46–9, 56

Fraser, Hon. Joan, Chair of the Committee – Cont'd

Bill C-37, An Act to amend the Telecommunications Act, 23:42, 74–5

Bill S-31, An Act to authorize the construction and maintenance of a bridge over the St. Lawrence River and a bridge over the Beauharnois Canal for the purpose of completing Highway 30, 20:36; 21:35–6

Broadcast media, 2:5, 16; 4:18; 5:42; 6:128, 132, 215; 9:77; 11:51, 82; 13:20, 22, 27, 30; 14:43; 15:107; 17:89; 18:19, 26; 19:27; 21:23, 33

Broadcasting companies, 2:17; 4:171; 5:46–7; 7:49; 9:27, 76; 11:66, 68, 70; 14:21; 15:19; 19:62–3; 21:9

Brunswick News Inc. (BNI), 17:64, 80, 133, 144; 18:43–4, 52, 54–5, 57–8, 60

Canadian Association of Journalists (CAJ), 6:33; 15:10, 28, 31

Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 4:22; 5:120, 127–8; 6:216, 219; 9:21, 24–5, 27; 11:91; 14:24, 57, 72; 15:89–90, 99–100; 16:38; 17:89, 148; 18:26

Canadian Charter of Rights and Freedoms, 4:169; 6:103; 11:36; 15:76; 16:67

Canadian Coast Guard (CCG), 20:22, 25, 32, 34

Canadian Heritage, 12:53, 63, 68–9; 14:55; 16:58

Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 2:5, 17, 71, 74–5; 4:21, 26, 35, 101, 106; 5:47–8; 6:139; 7:26; 8:66; 11:66, 70, 95, 97–8; 13:65–6; 14:14, 43–4; 15:19, 20, 24, 29–30; 19:61; 21:22–3, 30, 34; 23:30, 44, 55, 76

CanWest Global Communications Corporation, 3:34; 4:80; 6:42–3, 121, 197, 214, 221; 7:49; 13:70–3, 76–80; 17:36, 63

Chronicle-Herald, The, 15:27, 46–9, 56

Cited court decisions, 4:48; 19:55

Cited laws, 9:13, 61; 11:35, 96–7; 12:69; 13:20, 53; 15:55; 18:60

CTV News, 13:77; 14:20; 19:61, 63; 21:9, 15, 21–4, 30–1, 34

Ethnic press and media, 1:32–3; 4:75, 81; 6:74, 79–81, 150, 211; 8:36; 9:77; 11:35; 14:57, 59; 16:53–4; 17:99–100, 102, 138; 18:20, 30, 32–3, 50, 56

Federal government agencies, 4:49, 142; 6:198; 9:13, 82; 13:53; 16:47, 52, 54

Gesca Ltée, 5:113, 116; 12:17, 40, 42

Globe and Mail, The, 15:100; 16:67; 17:89; 19:28, 36, 39, 48–9, 51, 59, 61–2; 21:9, 31

Government intervention, 1:70; 2:71, 73; 3:11, 17–18; 4:49, 75, 84, 100, 170; 5:31, 191; 6:40, 103, 155–6; 9:62; 11:36; 12:61, 63, 68; 13:11, 53, 76; 14:25, 43, 72; 15:55; 16:52–3; 17:29, 59, 99–100, 141, 148; 18:30, 58, 60; 20:21–2, 27–8

Guardian, The, 17:35–6

Highway 30 Completion Bridges Act, 20:36, 38; 21:35

House of Commons Standing Committees, 20:28

Independent newspapers, 6:67–8; 7:50; 8:9; 9:12–13, 38, 42, 44, 59; 11:47; 14:59; 15:94, 96–7; 16:52–3; 17:71, 74–6, 79, 100, 134

Industry Canada, 14:42; 23:25

Information technology, 6:103–4, 107, 218–19, 220; 8:23; 11:51, 65; 13:79; 14:19–20, 22; 15:48–50, 70, 94, 96–7; 16:38, 43; 17:52, 133; 18:45, 58, 60; 19:20, 24, 48, 50–1, 61; 21:32–3

Intellectual property, 5:158, 168, 171, 174–5; 6:43, 121; 17:57

Fraser, honorable Joan, présidente du comité – Suite

Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 2:5, 17, 71, 74–5; 4:21, 26, 35, 101, 106; 5:47–8; 6:139; 7:26; 8:66; 11:66, 70, 95, 97–8; 13:65–6; 14:14, 43–4; 15:19–20, 24, 29–30; 19:61; 21:22–3, 30, 34; 23:30, 44, 55, 76

Conseils de presse, 4:133–4, 140–3; 5:186, 190–2; 7:11, 26–8, 70; 14:72; 15:53–4; 17:62; 19:58–9

Convergence du multimédia, 1:52–3, 59; 2:17, 20, 60; 3:17, 30, 52; 4:48, 84, 111–13, 133, 138, 170–1; 5:8, 36, 47, 152; 6:131, 138, 144, 146, 197, 221; 9:61; 11:35, 68–9, 82; 13:20, 72, 78–9; 14:67, 72, 74; 15:28; 16:61, 67; 17:17, 19, 72, 136; 18:22, 44; 19:62–3; 21:30–1

Couverture de l'actualité, reportages, 2:71; 3:17, 21; 4:26, 36, 74; 5:181; 6:24–5, 74, 155; 7:26, 67–8, 70; 12:41; 13:62; 15:21, 27, 72, 100, 103; 16:67; 17:17, 65, 108, 126, 129, 141; 18:20, 57

CTV News, 13:77; 14:20; 19:61, 63; 21:9, 15, 21–4, 30–1, 34

Décisions des tribunaux, 4:48; 19:55

Écoles de journalisme, 6:73, 160, 176, 217–18; 8:9, 64; 11:28, 30; 16:26, 28; 17:47, 49–50, 64, 85; 18:19

Éditeurs et professionnels, 2:51, 71; 4:82, 124–5; 6:125, 151, 170, 194, 197, 208; 7:50; 9:82; 11:19; 14:66–8; 15:19–20; 16:26–7, 60; 17:17, 19, 23, 50–1, 64, 77, 102, 109, 127; 18:18, 26, 43–4, 53–8; 19:36, 39; 21:30

Études et rapports, 2:44; 6:38, 180–1; 10:52–3; 11:95, 97; 19:26

Frais d'impression et distribution, 1:34, 64, 69–71; 2:35; 3:52; 6:104; 15:74; 16:52; 17:36, 75–6, 79, 136; 18:53

Garde côtière canadienne (GCC), 20:22, 25, 32, 34

Gesca Ltée, 5:113, 116; 12:17, 40, 42

Globe and Mail, The, 15:100; 16:67; 17:89; 19:28, 36, 39, 48–9, 51, 59, 61–2; 21:9, 31

Guardian, The, 17:35–6

Industrie Canada, 14:42; 23:25

Industrie de la publicité, 2:35, 50; 4:112; 6:104; 7:42; 11:47, 95–7; 13:21; 14:67; 15:48–9; 17:71–2, 74–5, 77, 134; 18:43, 45; 23:39, 60

Industrie de l'aéronautique, 10:52

Industrie du transport maritime, 20:22–3, 25, 32, 35, 50

Interventions gouvernementales, 1:70; 2:71, 73; 3:11, 17–18; 4:49, 75, 84, 100, 170; 5:31, 191; 6:40, 103, 155–6; 9:62; 11:36; 12:61, 63, 68; 13:11, 53, 76; 14:25, 43, 72; 15:55; 16:52–3; 17:29, 59, 99–100, 141, 148; 18:30, 58, 60; 20:21–2, 27–8

Journalistes, 1:56; 2:18, 27, 49, 51, 71; 3:16–17, 32, 39; 4:82, 141, 144, 154–5; 5:46, 115–16, 155, 158, 168, 186; 6:24, 33, 38–9, 80–1, 121, 155, 194, 198–9, 201, 212–13, 217–18, 221; 7:49–50; 8:9, 23–4, 64; 9:42, 52, 56–7; 11:15, 28, 36; 12:40; 13:70–3, 75; 14:20, 57; 15:10, 20, 27, 52, 56, 70, 88, 100; 16:27; 17:62–3, 87–8, 99, 143; 18:19, 52–4; 19:42, 44, 48–9, 55, 60–2; 21:21

Journaux, 1:64; 3:16; 4:109, 133, 139, 141, 156; 5:112, 115; 6:19, 24, 68, 79–80, 125, 170, 197–8; 7:50, 70; 9:13; 11:19, 35; 12:17, 40; 13:70–1; 14:26, 66–7, 69; 15:54, 97; 16:26, 38; 17:36, 50, 72, 74, 77, 79, 109; 18:22, 30, 32; 19:52, 58

Journaux indépendants, 6:67–8; 7:50; 8:9; 9:12–13, 38, 42, 44, 59; 11:47; 14:59; 15:94, 96–7; 16:52–3; 17:71, 74–6, 79, 100, 134

Knowledge Network, 6:94

Fraser, Hon. Joan, Chair of the Committee – Cont'd

International Interests in Mobile Equipment (aircraft equipment) Act, **10:38**, 43, 45, 52, 55
 Journalism schools, **6:73**, 160, 176, 217–18; **8:9**, 64; **11:28**, 30; **16:26**, 28; **17:47**, 49–50, 64, 85; **18:19**
 Journalists, **1:56**; **2:18**, 27, 49, 51, 71; **3:16**–17, 32, 39; **4:82**, 141, 144, 154–5; **5:46**, 115–16, 155, 158, 168, 186; **6:24**, 33, 38–9, 80–1, 121, 155, 194, 198–9, 201, 212–13, 217–18, 221; **7:49**–50; **8:9**, 23–4, 64; **9:42**, 52, 56–7; **11:15**, 28, 36; **12:40**; **13:70**–3, 75; **14:20**, 57; **15:10**, 20, 27, 52, 56, 70, 88, 100; **16:27**, 62–3; **17:87**–8, 99, 143; **18:19**, 52–4; **19:42**, 44, 48–9, 55, 60–2; **21:21**
 Knowledge Network, **6:94**
 Labour unions, **6:15**, 198; **7:45**; **12:42**; **17:36**; **18:19**
 Lobbying and representation, **4:30**; **6:65**, 71; **14:53**; **17:141**, 148; **18:33**, 56; **20:23**, 25, 35
 Local television stations, **2:17**; **13:21**
 Media industry structure, **2:50**–1, 71; **3:16**, 24; **4:128**, 146; **5:42**, 130, 144, 190; **6:18**–19, 67, 103, 131, 179–80, 214; **7:14**, 68; **8:9**, 23–4, 58, 64; **9:56**–7, 79; **11:19**, 28, 48, 57, 97; **12:26**, 39, 41; **13:71**, 77–9; **14:25**, 43, 71 2; **15:20**, 54–5, 75–6, 89, 99, 103; **17:76**–7, 87–9, 100, 119–20, 129; **18:21**, 53; **19:50**–2, 59, 61; **21:31**
 Media literacy, **1:58**; **6:104**, 179–80, 218; **7:58**; **13:56**; **14:32**, 42, 46, 50, 74; **15:54**, 70–2, 103–4; **17:88**, 119; **18:59**; **23:18**, 33, 55
 Media monopolies, **2:50**–1; **3:5**, 39; **4:143**; **12:39**; **17:19**, 23, 50, 59, 72, 77–8, 80, 109, 136, 144; **18:18**, 43–4, 54–5, 57–9; **19:8**, 20
 Motions and decisions, Organization meeting, **1:19**–21
 Motions and decisions, Tabling and reading of a letter from the Honourable Michel Després, Minister of Transport for the Province of Quebec, **21:4**, 35–6
 Motions and decisions, Tabling of a letter from Allen Futerman, Eden Clean Air and Heating, **23:74**
 Motions and decisions, Tabling of a letter from Richard French, Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), **23:74**
 Motions and decisions, Tabling of a letter from Rick DesBrisay, RainMaker Call Centres, **23:74**
 Motions and decisions, Tabling of a letter from the Honourable Jerry Pickard, Parliamentary Secretary to the Minister of Industry, **23:74**
 Multiculturalism, **4:96**; **6:81**, 212; **7:58**; **8:64**; **9:32**; **16:26**, 28; **17:63**; **18:19**, 56
 Multi-media convergence, **1:52**–3, 59; **2:17**, 20, 60; **3:17**, 30, 52; **4:48**, 84, 111–13, 133, 138, 170–1; **5:8**, 36, 47, 152; **6:131**, 138, 144, 146, 197, 221; **9:61**; **11:35**, 68–9, 82; **13:20**, 72, 78–9; **14:67**, 72, 74; **15:28**; **16:61**, 67; **17:17**, 19, 72, 136; **18:22**, 44; **19:62**–3; **21:30**–1
 National Ethnic Press and Media Council of Canada (NEPMCC), **1:39**–40
 Newfoundland Broadcasting Company, **14:14**, 19–20, 24
 News coverage, features, **2:71**; **3:17**, 21; **4:26**, 36, 74; **5:181**; **6:24**–5, 74, 155; **7:26**, 67–8, 70; **12:41**; **13:62**; **15:21**, 27, 72, 100, 103; **16:67**; **17:17**, 65, 108, 126, 129, 141; **18:20**, 57
 News editor, **2:17**; **3:18**, 22; **4:49**; **5:116**; **7:27**; **8:60**; **9:82**; **13:76**; **15:28**–9, 54; **16:26**, 67–8; **17:17**, 51, 122–3, 125–7, 133; **18:56**–7; **19:58**, 62–3
 News services, **3:48**; **6:126**; **11:36**; **15:21**, 51; **16:54**; **18:33**; **21:34**

Fraser, honorable Joan, présidente du comité – Suite

Lobbying et représentation, **4:30**; **6:65**, 71; **14:53**; **17:141**; **18:33**, 56; **20:23**, 25, 35
 Loi modifiant la Loi sur la marine marchande du Canada
 Loi de 2001 sur la marine marchande du Canada, la Loi sur les aires marines nationales de conservation du Canada et la Loi sur les océans, **20:21**, 23, 30, 35, 49–50
 Loi modifiant la Loi sur les télécommunications, **23:18**, 5, 33, 36, 44, 53, 55, 71, 73–4, 76–7
 Loi modifiant la Loi sur Téléfilm Canada et une autre loi en conséquence, **12:52**, 61–5
 Loi sur les garanties internationales portant sur des matériels d'équipement mobiles (matériels d'équipement aéronautiques), **10:38**, 43, 45, 52, 55
 Loi sur les ponts nécessaires au parachèvement du l'autoroute, **30**; **20:36**, 38; **21:35**
 Lois citées, **9:13**, 61; **11:35**, 96–7; **12:69**; **13:20**, 53; **15:18**; **60**
 Monopolisation des médias, **2:50**–1; **3:5**, 39; **4:143**; **12:39**; **17:19**, 23, 50, 59, 72, 77–8, 80, 109, 136, 144; **18:18**, 43–4, 54–5, 57–9; **19:8**, 20
 Motions et décisions, Dépôt de Richard French, Conseil radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), **23:74**
 Motions et décisions, Dépôt d'une lettre d'Allen Futerman, Eden Clean Air and Heating, **23:74**
 Motions et décisions, Dépôt d'une lettre de l'honorable Jerry Pickard, secrétaire parlementaire du ministre de l'Industrie, **23:74**
 Motions et décisions, Dépôt d'une lettre de Rick DesBrisay, RainMaker Call Centres, **23:74**
 Motions et décisions, Dépôt et lecture d'une lettre de l'honorable Michel Després, ministre des Transports du Québec, **21:4**, 35–6
 Motions et décisions, Réunion d'organisation, **1:19**–21
 Multiculturalisme, **4:96**; **6:81**, 212; **7:58**; **8:64**; **9:32**; **16:26**, 28; **17:63**; **18:19**, 56
 National Ethnic Press and Media Council of Canada (NEPMCC), **1:39**–40
 Newfoundland Broadcasting Company, **14:14**, 19–20, 24
 Organismes fédéraux, **4:49**, 143; **6:198**; **9:13**, 82; **13:53**; **16:47**, 52, 54
 Patrimoine canadien, **12:53**, 63, 68–9; **14:55**; **16:58**
 Périodiques, **2:35**
 Périodiques cités, **1:65**, 69; **2:27**; **15:75**
 Presse et médias ethniques, **1:32**–3; **4:75**, 81; **6:74**, 79–100, 211; **8:36**; **9:77**; **11:35**; **14:57**, 59; **16:53**–4; **17:99**, 102, 138; **18:20**, 30, 32–3, 50, 56
 Procédure, Mandat du comité, **1:22**–3; **4:7**, 84; **5:8**; **6:8**; **16:0**; **7:5**; **19:8**
 Procédure, Organisation du comité, **1:21**–2, 42, 57, 71; **21**, 36, 54, 76; **3:5**, 25, 53; **4:23**, 36, 50, 63, 74, 101, 141, 156, 174; **5:22**, 52, 106, 122, 131, 145, 193; **6:26**, 58, 71, 94, 113, 128–9, 133, 149, 156, 181, 222; **7:5**, 32, 50, 71, 95, 14, 27, 34, 37, 44, 83; **10:32**, 55–7; **11:6**, 51, 70–1, 121; **12:42**–3, 69; **13:5**, 30–1, 80; **14:5**, 26, 47, 59, 62, 67, 75; **15:6**, 31–2, 56–7, 91, 110; **16:5**, 34, 45, 60, 68; **17:148**; **18:5**, 33, 60; **19:8**, 28, 63; **20:10**, 28–9, 49, 51; **21:35**–7; **23:10**, 23, 25, 35, 38, 56, 62, 73–5, 77–84
 Projet de loi C-3, **20:30**, 49–50
 Projet de loi C-18, Loi modifiant la Loi sur Téléfilm Canada et une autre loi en conséquence, **12:61**, 63–5

Fraser, Hon. Joan, Chair of the Committee – Cont'd

Newspapers, **1:64; 3:16; 4:109, 133, 139, 141, 156; 5:112, 115; 6:19, 24, 68, 79–80, 125, 170, 197–8; 7:50, 70; 9:13; 11:19, 35; 12:17, 40; 13:70–1; 14:26, 66–7, 69; 15:54, 97; 16:26, 38; 17:36, 50, 72, 74, 77, 79, 109; 18:22, 30, 32; 19:52, 58**
 Periodicals, **2:35**
 Periodicals cited, **1:65, 69; 2:27; 15:75**
 Press councils, **4:133–4, 140–3; 5:186, 190–2; 7:11, 26–8, 70; 14:72; 15:53–4; 17:62; 19:58–9**
 Printing and distribution cost, **1:34, 64, 69–71; 2:35; 3:52; 6:104; 15:74; 16:52; 17:36, 75–6, 79, 136; 18:53**
 Procedure, Committee's mandate, **1:22–3; 4:7, 84; 5:8; 6:8, 155, 160; 7:5; 19:8**
 Procedure, Organization of the Committee, **1:21–2, 42, 57, 71; 2:5, 21, 36, 54, 76; 3:5, 25, 53; 4:23, 36, 50, 63, 74, 101, 144, 156, 174; 5:22, 52, 106, 122, 131, 145, 193; 6:26, 58, 71, 82, 94, 113, 128–9, 133, 149, 156, 181, 222; 7:5, 32, 50, 71; 8:5; 9:5, 14, 27, 34, 37, 44, 83; 10:32, 55–7; 11:6, 51, 70–1, 99; 12:17, 42–3, 69; 13:5, 30–1, 80; 14:5, 26, 47, 59, 62, 69, 71, 75; 15:6, 31–2, 56–7, 91, 110; 16:5, 34, 45, 60, 68; 17:6, 65, 148; 18:5, 33, 60; 19:8, 28, 63; 20:10, 28–9, 49, 51; 21:9, 35–7; 23:10, 23, 25, 35, 38, 56, 62, 73–5, 77–84**
 Publishers and professionals, **2:51, 71; 4:82, 124–5; 6:125, 151, 170, 194, 197, 208; 7:50; 9:82; 11:19; 14:66–8; 15:19–20; 16:26–7, 60; 17:17, 19, 23, 50–1, 64, 77, 102, 109, 127; 18:18, 26, 43–4, 53–8; 19:36, 39; 21:30**
 Shaw Communications Inc., **6:131; 11:51, 69–70**
 Studies and reports, **2:44; 6:38, 180–1; 10:52–3; 11:95, 97; 19:26**
 Telefilm Canada, **12:49, 53, 61–2, 68**
 Télé-Québec, **5:140; 6:93; 7:65**
 Torstar Corporation, **6:197; 11:19, 28–9, 45, 47–50; 15:100; 16:39**
 Transport Canada, **10:54; 20:25, 50; 21:36**
 TVOntario, **4:98, 100–1; 5:145; 6:93–4; 7:65**
 United Kingdom, media model, **15:90; 19:14–15, 19–20, 22, 24–8**
 Water transport industry, **20:22–3, 25, 32, 35, 50**

Gill, Hon. Aurélien

Committee, procedure, **1:20–1**
 Motions and decisions, Organization meeting, **1:21**

Hubley, Hon. Elizabeth

Government intervention, **20:46**
 Highway 30 Completion Bridges Act, **20:43**
 Transport Canada, **20:46**

Johnson, Hon. Janis G.

Audience targeting, **11:89; 12:55–6; 13:56; 19:17–18; 21:18–19, 29–30**
 Broadcast media, **11:60–1, 88; 21:29–30**
 Broadcasting companies, **21:19, 29**
 Canadian Association of Broadcasters (CAB), **11:88**
 Canadian Broadcasting Corporation (CBC), **11:90**
 Canadian Charter of Rights and Freedoms, **13:56**
 Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), **11:61, 88**

Fraser, honorable Joan, présidente du comité – Suite

Projet de loi C-37, Loi modifiant la Loi sur les télécommunications, **23:42, 74–5**
 Projet de loi S-31, Loi autorisant la construction et l'entretien d'un pont franchissant le fleuve Saint-Laurent et d'un pont franchissant le canal de Beauharnois en vue du parachèvement de l'autoroute 30, **20:36; 21:35–6**
 Propriété intellectuelle, **5:158, 168, 171, 174–5; 6:43, 121; 17:57**
 Radiodiffusion, **2:5, 16; 4:18; 5:42; 6:128, 132, 215; 9:77; 11:51, 82; 13:20, 22, 27, 30; 14:43; 15:107; 17:89; 18:19, 26; 19:27; 21:23, 33**
 Rédacteur en chef, **2:17; 3:18, 22; 4:49; 5:116; 7:27; 8:60; 9:82; 13:76; 15:28–9, 54; 16:26, 67–8; 17:17, 51, 122–3, 125–7, 133; 18:56–7; 19:58, 62–3**
 Royaume-Uni, modèle de médias, **15:90; 19:14–15, 19–20, 22, 24–8**
 Shaw Communications Inc., **6:131; 11:51, 69–70**
 Société Radio-Canada (SRC), **4:22; 5:120, 127–8; 6:216, 219; 9:21, 24–5, 27; 11:91; 14:24, 57, 72; 15:89–90, 99–100; 16:38; 17:89, 148; 18:26**
 Sociétés de radiodiffusion, **2:17; 4:171; 5:46–7; 7:49; 9:27, 76; 11:66, 68, 70; 14:21; 15:19; 19:62–3; 21:9**
 Stations de télévision locales, **2:17; 13:21**
 Structure des industries de médias, **2:50–1, 71; 3:16, 24; 4:128, 146; 5:42, 130, 144, 190; 6:18–19, 67, 103, 131, 179–80, 214; 7:14, 68; 8:9, 23–4, 58, 64; 9:56–7, 79; 11:19, 28, 48, 57, 97; 12:26, 39, 41; 13:71, 77–9; 14:25, 43, 71–2; 15:20, 54–5, 75–6, 89, 99, 103; 17:76–7, 87–9, 100, 119–20, 129; 18:21, 53; 19:50–2, 59, 61; 21:31**
 Syndicats, **6:15, 198; 7:45; 12:42; 17:36; 18:19**
 Technologie de l'information, **6:103–4, 107, 218–19, 220; 8:23; 11:51, 65; 13:79; 14:19–20, 22; 15:48–50, 70, 94, 96–7; 16:38, 43; 17:52, 133; 18:45, 58, 60; 19:20, 24, 48, 50–1, 61; 21:32–3**
 Téléfilm Canada, **12:49, 53, 61–2, 68**
 Télé-Québec, **5:140; 6:93; 7:65**
 Torstar Corporation, **6:197; 11:19, 28–9, 45, 47–50; 15:100; 16:39**
 Transports Canada, **10:54; 20:25, 50; 21:36**
 TVOntario, **4:98, 100–1; 5:145; 6:93–4; 7:65**

Gill, honorable Aurélien

Comité, procédure, **1:21–2**
 Motions et décisions, réunion d'organisation, **1:21**

Hubley, honorable Elizabeth

Interventions gouvernementales, **20:46**
 Loi sur les ponts nécessaires au parachèvement de l'autoroute 30, **20:43**
 Transports Canada, **20:46**

Johnson, honorable Janis G.

Alphabétisation, apprentissage aux médias, **11:23, 25; 13:56–7; 19:18, 39**
 Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR), **11:88**
 CanWest Global Communications Corporation, **13:53–5**
 Charte canadienne des droits et libertés, **13:56**
 Choix de publics cibles, **11:89; 12:55–6; 13:56; 19:17–18; 21:18–19, 29–30**
 Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), **11:61, 88**

Johnson, Hon. Janis G. – Cont'd

CanWest Global Communications Corporation, 13:53–5
 Cited laws, 19:40
 CTV News, 21:18, 20–1
 Gesca Ltée, 12:23–4
Globe and Mail, The, 19:39–40, 42–3, 57; 21:20
 Government intervention, 11:22, 62; 12:55; 13:53
 Information technology, 11:23; 19:18, 39; 21:29
 Journalism schools, 11:25
 Journalists, 13:55; 19:40–1; 21:18
 Media industry structure, 11:22, 62; 12:55; 13:53
 Media literacy, 11:23, 25; 13:56–7; 19:18, 39
 Multiculturalism, 12:56
 Multi-media convergence, 12:54–5; 19:17
 News coverage, features, 19:43
 News editor, 12:23; 19:57
 Newspapers, 11:23; 12:23–4; 13:56; 19:17, 43, 57; 21:19
 Publishers and professionals, 19:17
 Shaw Communications Inc., 11:61
 Studies and reports, 13:54
 Telefilm Canada, 12:54, 56
 United Kingdom, media model, 19:17–18, 26

LeBreton, Hon. Marjory

Motions and decisions, Organization meeting, 1:21

Mahovlich, Hon. Frank W.

Canadian Coast Guard (CCG), 20:48–9
 Federal government agencies, 20:48
 Government intervention, 20:41
 Highway 30 Completion Bridges Act, 20:41
 Transport Canada, 20:41

Massicotte, Hon. Paul. J.

Aviation industry, 10:15–18, 26–9
 Bill C-4, An Act to implement the convention on
 International Interests in Mobile Equipment and the Protocol
 to the Convention on International Interests in Mobile
 Equipment on Matters Specific to Aircraft Equipment, 10:17
 Cited laws, 10:15–17, 27–8
 International Interests in Mobile Equipment (aircraft
 equipment) Act, 10:15–17, 22, 27, 30

Mercer, Hon. Terry M.

Audience targeting, 12:31; 22:19
 Aviation industry, 10:25, 29
 Broadcast media, 22:36, 38, 57
 Canadian Broadcast Standards Council (CBSC), 22:35–8
 Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 22:38, 56–7
 Canadian Radio-television and Telecommunications
 Commission (CRTC), 22:38
 Ethnic press and media, 22:19–20
 Financial assistance, 22:19, 25
 Government intervention, 22:25
 International Interests in Mobile Equipment (aircraft
 equipment) Act, 10:25, 29–30

Johnson, honorable Janis G. – Suite

Convergence du multimédia, 12:54–5; 19:17
 Couverture de l'actualité, reportages, 19:43
 CTV News, 21:18, 20–1
 Écoles de journalisme, 11:25
 Éditeurs et professionnels, 19:17
 Études et rapports, 13:54
 Gesca Ltée, 12:23–4
Globe and Mail, The, 19:39–40, 42–3, 57; 21:20
 Interventions gouvernementales, 11:22, 62; 12:55; 13:53
 Journalistes, 13:55; 19:40–1; 21:18
 Journaux, 11:23; 12:23–4; 13:56; 19:17, 43, 57; 21:19
 Lois citées, 19:40
 Multiculturalisme, 12:56
 Radiodiffusion, 11:60–1, 88; 21:29–30
 Rédacteur en chef, 12:23; 19:57
 Royaume-Uni, modèle de médias, 19:17–18, 26
 Shaw Communications Inc., 11:61
 Société Radio-Canada (SRC), 11:90
 Sociétés de radiodiffusion, 21:19, 29
 Structure des industries de médias, 11:43–4; 21:29
 Technologie de l'information, 11:23; 19:18, 39; 21:29
 Téléfilm Canada, 12:54, 56

LeBreton, honorable Marjory

Motions et décisions, réunion d'organisation, 1:21

Mahovlich, honorable Frank W.

Garde côtière canadienne (GCC), 20:48–9
 Interventions gouvernementales, 20:41
 Loi sur les ponts nécessaires au parachèvement du l'autoroute 30, 20:41
 Organismes fédéraux, 20:48
 Transports Canada, 20:41

Massicotte, honorable Paul J.

Industrie de l'aéronautique, 10:15–18, 26–9
 Loi sur les garanties internationales portant sur des matériels d'équipement mobiles (matériels d'équipement aéronautiques), 10:15–17, 22, 27, 30
 Lois citées, 10:15–17, 27–8
 Projet de loi C-4, Loi de mise en œuvre de la Convention relative aux garanties internationales portant sur des matériels d'équipement mobiles et du Protocole portant sur les questions spécifiques aux matériels d'équipement aéronautiques à la Convention relative aux garanties internationales portant sur les matériels d'équipement mobiles, 10:17

Mercer, honorable Terry M.

Aide financière, 22:19, 25
 Choix de publics cibles, 12:31; 22:19
 Conseil canadien des normes de la radiotélévision (CCN), 22:35–8
 Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 22:38
 Éditeurs et professionnels, 22:19
 Frais d'impression et distribution, 22:27
 Industrie de l'aéronautique, 10:25, 29
 Interventions gouvernementales, 22:25
 Journalistes, 22:56

Mercer, Hon. Terry M. — *Cont'd*

- Journalists, 22:56
- Labour unions, 22:56
- Media industry structure, 12:31; 22:57
- Media monopolies, 22:57
- Periodicals, 22:20-1
- Printing and distribution cost, 22:27
- Publishers and professionals, 22:19

Merchant, Hon. Pana

- ACCESS Television (ACCESS), 7:62
- Act to amend the Telecommunications Act, 23:18-19, 30-1, 47-8, 71-2
- Advertising industry, 5:28, 57, 86; 7:62-3; 22:60
- Audience targeting, 2:67; 4:31, 57, 63, 66, 96, 151; 5:28, 73, 89, 93-4, 128-9, 143, 159, 187; 6:127-8, 210-11; 7:46-8, 62-3; 8:17, 67; 11:31; 12:30-1; 22:60; 23:18-19, 31
- Broadcast media, 4:31, 66; 5:57, 141; 6:138; 8:59, 65-6
- Broadcasting companies, 4:168; 7:68
- Canadian Broadcast Standards Council (CBSC), 22:38 9, 45
- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 2:10-11, 25, 49; 4:18-19, 126; 5:14, 98, 128; 8:32, 47; 22:60
- Canadian Charter of Rights and Freedoms, 2:48; 4:135
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 5:51; 6:138; 23:31
- CanWest Global Communications Corporation, 2:25; 8:59
- Cited laws, 10:45
- CTV News, 2:11; 4:18
- Ethnic press and media, 1:31; 4:57-8, 74, 106; 5:57, 67, 172; 6:211
- Financial assistance, 4:96
- Gesca Ltée, 12:30
- Globe and Mail, The*, 5:28-9; 8:46-7; 11:31
- Government intervention, 4:74; 5:28, 58-9, 67-8, 172; 6:196
- Independent newspapers, 5:118
- Industry Canada, 4:74
- Information technology, 2:68; 4:113-14, 150; 5:98; 6:217-18; 8:32; 23:31
- International Interests in Mobile Equipment (aircraft equipment) Act, 10:44-5
- Journalism schools, 4:150; 5:21, 161; 6:217; 7:15, 45-7; 8:66
- Journalists, 2:48-9; 4:18, 67, 150-1; 5:21, 30, 73-4, 93, 98, 172; 6:172-3; 7:30, 46; 8:11, 16-17, 32; 22:60
- Lobbying and representation, 5:69, 73; 23:47
- Local television stations, 4:79
- Media industry structure, 2:25, 49; 5:14, 29-30, 102, 144, 161; 6:171; 7:30-1; 8:31-2, 46, 51, 65; 11:44
- Media literacy, 2:25, 68; 4:149-50; 5:14, 161; 6:172-3, 217; 7:45; 8:32; 11:45; 22:39; 23:18, 20, 71
- Media monopolies, 2:25; 5:103; 6:197; 22:44
- Motions and decisions, organization meeting, 1:20
- Multiculturalism, 4:58, 94; 8:31, 65-6; 11:44
- Multi-media convergence, 5:87, 117; 11:32
- News coverage, features, 2:67-9; 4:32, 74, 95, 150; 5:116-17, 159, 187; 6:172; 7:68; 8:31; 11:44
- News editor, 5:117; 22:44-5
- Newspapers, 5:28-9; 8:46-7, 66
- Press councils, 4:134-6; 5:188-9; 7:14-16, 30; 8:32

Mercer, honorable Terry M. — *Suite*

- Loi sur les garanties internationales portant sur des matériels d'équipement mobiles (matériels d'équipement aéronautiques), 10:25, 29-30
- Monopolisation des médias, 22:57
- Périodiques, 22:20-1
- Presse ethniques et médias, 22:19-20
- Radiodiffusion, 22:36, 38, 57
- Société Radio-Canada (SRC), 22:38, 56-7
- Structure des industries de médias, 12:31; 22:57
- Syndicats, 22:56

Merchant, honorable Pana

- ACCESS Television (ACCESS), 7:62
- Aide financière, 4:96
- Alphabétisation, apprentissage aux médias, 2:25, 68; 4:149-50; 5:14, 161; 6:172-3, 217; 7:45; 8:32; 11:45; 22:39; 23:18, 20, 71
- CanWest Global Communications Corporation, 2:25; 8:59
- Charte canadienne des droits et libertés, 2:48; 4:135
- Choix de publics cibles, 2:67; 4:31, 57, 63, 66, 96, 151; 5:28, 73, 89, 93-4, 128-9, 143, 159, 187; 6:127-8, 210-11; 7:46-8, 62-3; 8:17, 67; 11:31; 12:30-1; 22:60; 23:18-19, 31
- Conseil canadien des normes de la radiotélévision (CCNR), 22:38-9, 45
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadienne (CRTC), 5:51; 6:138; 23:31
- Conseils de presse, 4:134-6; 5:188-9; 7:14-16, 30; 8:32
- Convergence du multimédia, 5:87, 117; 11:32
- Couverture de l'actualité, reportages, 2:67-9; 4:32, 74, 95, 150; 5:116-17, 159, 187; 6:172; 7:68; 8:31; 11:44
- CTV News, 2:11; 4:18
- Écoles de journalisme, 4:150; 5:21, 161; 6:217; 7:15, 45-7; 8:66
- Éditeurs et professionnels, 2:48-9, 69; 4:67, 79; 5:188; 11:32
- Études et rapports, 4:32; 6:171-2; 8:17, 51
- Frais d'impression et distribution, 8:47
- Gesca Ltée, 12:30
- Globe and Mail, The*, 5:28-9; 8:46-7; 11:31
- Industrie Canada, 4:74
- Industrie de la publicité, 5:28, 57, 86; 7:62-3; 22:60
- Interventions gouvernementales, 4:74; 5:28, 58-9, 67-8, 172; 6:196
- Journalistes, 2:48-9; 4:18, 67, 150-1; 5:21, 30, 73-4, 93, 98, 172; 6:172-3; 7:30, 46; 8:11, 16-17, 32; 22:60
- Journaux, 5:28-9; 8:46-7, 66
- Journaux indépendants, 5:118
- Lobbying et représentation, 5:69, 73; 23:47
- Loi modifiant la Loi sur les télécommunications, 23:18-19, 30-1, 47-8, 71-2
- Loi sur les garanties internationales portant sur des matériels d'équipement mobiles (matériels d'équipement aéronautiques), 10:44-5
- Lois citées, 10:45
- Monopolisation des médias, 2:25; 5:103; 6:197; 22:44
- Motions et décisions, réunion d'organisation, 1:20
- Multiculturalisme, 4:58, 94; 8:31, 65-6; 11:44
- Presse et médias ethniques, 1:31; 4:57-8, 74, 106; 5:57, 67, 172; 6:211
- Radiodiffusion, 4:31, 66; 5:57, 141; 6:138; 8:59, 65-6
- Rédacteur en chef, 5:117; 22:44-5

Merchant, Hon. Pana – Cont'd

Printing and distribution cost, 8:47
 Publishers and professionals, 2:48–9, 69; 4:67, 79; 5:188;
 11:32
 Studies and reports, 4:32; 6:171–2; 8:17, 51
 Télé-Québec, 5:141, 143–4
 Torstar Corporation, 11:30, 45
 TVOntario, 4:94–6, 125

Milne, Hon. Lorna

Audience targeting, 4:169; 19:44–5
 Broadcast media, 4:168
 Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 4:168–9
 Canadian Charter of Rights and Freedoms, 19:56
 Canadian Radio-television and Telecommunications
 Commission (CRTC), 4:169
 CTV News, 19:46
Globe and Mail, The, 19:44, 53
 Government intervention, 3:14–15; 19:46, 56–7
 Information technology, 3:13; 19:44–5
 Journalists, 3:14; 19:56
 Local television stations, 19:50
 Media industry structure, 3:24
 Media literacy, 19:45
 Multi-media convergence, 3:23
 News coverage, features, 3:14; 19:53
 Newspapers, 3:23; 19:45
 Publishers and professionals, 3:22

Munson, Hon. Jim

Aboriginal Peoples Television Network (APTN), 9:72
 ACCESS Television (ACCESS), 7:62
 Act to amend the Telecommunications Act, 23:16–17, 29–30,
 53–4, 61
 Act to amend the Telefilm Canada Act and Another Act,
 12:52
 Advertising industry, 3:38, 48; 11:40
 Audience targeting, 1:60–1; 2:14, 29; 4:107, 109; 5:12, 63,
 140; 6:56; 8:41; 11:80; 13:25–6; 14:35; 15:25, 69, 93; 17:15,
 48, 87; 18:31; 22:16–17, 42–3
 Broadcast media, 4:35, 148; 6:138; 8:67; 9:74; 11:60, 68;
 13:25–6, 30; 14:35–6, 62; 16:32; 17:86–7; 18:51; 21:28;
 22:58, 63
 Broadcasting companies, 1:51; 4:56; 5:20, 46, 130; 6:90–1;
 9:30; 14:23; 15:42, 83; 17:49; 21:22, 26–7
 Brunswick News Inc. (BNI), 17:79, 95; 18:41–3, 51–2
 Canadian Association of Broadcasters (CAB), 15:13
 Canadian Association of Journalists (CAJ), 6:42; 15:26;
 18:25
 Canadian Broadcast Standards Council (CBSC), 22:41–6
 Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 4:15, 27, 55, 76,
 82, 91–2, 107; 6:91; 7:32; 8:41–2; 9:22, 74; 11:68, 80;
 13:19; 14:20; 15:52, 83–4, 109; 16:39; 17:49, 147; 21:16,
 27; 22:24, 57–60
 Canadian Charter of Rights and Freedoms, 1:69; 4:47, 164;
 5:27; 11:20; 13:74–5; 14:62; 17:16; 18:52
 Canadian Coast Guard (CCG), 20:19–20
 Canadian Heritage, 6:76; 12:53

Merchant, honorable Pana – Suite

Société Radio-Canada (SRC), 2:10–11, 25, 49; 4:18–19,
 5:14, 98, 128; 8:32, 47; 22:60
 Sociétés de radiodiffusion, 4:168; 7:68
 Stations de télévision locales, 4:79
 Structure des industries de médias, 2:25, 49; 5:14, 29–30
 102, 144, 161; 6:171; 7:30–1; 8:31–2, 46, 51, 65; 11:44
 Technologie de l'information, 2:68; 4:113–14, 150; 5:98
 6:217–18; 8:32; 23:31
 Télé-Québec, 5:141, 143–4
 Torstar Corporation, 11:30, 45
 TVOntario, 4:94–6, 125

Milne, honorable Lorna

Alphabétisation, apprentissage aux médias, 19:45
 Charte canadienne des droits et libertés, 19:56
 Choix de publics cibles, 4:169; 19:44–5
 Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications
 canadiennes (CRTC), 4:169
 Convergence du multimédia, 3:23
 Couverture de l'actualité, reportages, 3:14; 19:53
 CTV News, 19:46
 Éditeurs et professionnels, 3:22
Globe and Mail, The, 19:44, 53
 Interventions gouvernementales, 3:14–15; 19:46, 56–7
 Journalistes, 3:14; 19:56
 Journaux, 3:23; 19:45
 Radiodiffusion, 4:168
 Société Radio-Canada (SRC), 4:168–9
 Stations de télévision locales, 19:50
 Structure des industries de médias, 3:24
 Technologie de l'information, 3:13; 19:44–5

Munson, honorable Jim

Aboriginal Peoples Television Network (APTN), 9:72
 ACCESS Television (ACCESS), 7:62
 Agences de nouvelles, 2:65; 4:46; 6:193, 207; 9:55; 11:
 13:59–60; 14:26; 15:25; 17:35, 98; 18:59; 21:33
 Aide financière, 4:91; 5:140; 6:76; 22:17
 Alphabétisation, apprentissage aux médias, 6:56; 9:23;
 14:45, 54, 74; 15:40, 70, 91, 110; 16:39; 17:16, 26, 95;
 18:52; 23:29, 54
 Association canadienne des journalistes, 6:42; 15:26; 1:
 Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR), 15:
 Brunswick News Inc. (BNI), 17:79, 95; 18:41–3, 51–2
 CanWest Global Communications Corporation, 6:107;
 9:55; 13:57, 59–61, 74, 79; 15:42; 17:51; 21:22
 Chambre des communes, Comités permanents, 20:28
 Charte canadienne des droits et libertés, 1:69; 4:47, 164
 5:27; 11:20; 13:74–5; 14:62; 17:16; 18:52
 Choix de publics cibles, 1:60–1; 2:14, 29; 4:107, 109;
 63, 140; 6:56; 8:41; 11:80; 13:25–6; 14:35; 15:25, 69,
 17:15, 48, 87; 18:31; 22:16–17, 42–3
Chronicle-Herald, The, 15:13, 37–8, 41; 16:50
 Conférences citées, 4:164
 Conseil canadien des normes de la radiotélévision (CCN)
 22:41–6
 Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications
 canadiennes (CRTC), 1:29, 51; 2:30, 46–7, 73–4; 3:48;
 4:14–15, 28, 55–6, 91, 163; 5:20, 140; 6:138, 207–8;
 67; 11:82; 14:10–11, 36, 61; 15:13–14, 23; 17:86; 21:
 23:16, 29

Munson, Hon. Jim – Cont'd

Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 1:29, 51; 2:30, 46–7, 73–4; 3:48; 4:14–15, 28, 55–6, 91, 163; 5:20, 140; 6:138, 207–8; 8:41–2, 67; 11:82; 14:10–11, 36, 61; 15:13–14, 23; 17:86; 21:26; 23:16, 29

CanWest Global Communications Corporation, 6:107; 8:14; 9:55; 13:57, 59–61, 74, 79; 15:42; 17:51; 21:22

Chronicle-Herald, The, 15:13, 37–8, 41; 16:50

Cited court decisions, 5:170

Cited laws, 4:128; 9:10

Conferences cited, 4:164

CTV News, 4:28, 92, 148; 7:32, 62; 9:73–4; 13:30; 14:12; 15:83; 21:16–18, 22, 26–8, 34

Ethnic press and media, 1:30; 4:56; 16:49, 55; 17:96–7; 18:15–16

Federal government agencies, 9:10; 14:23, 54; 17:72

Financial assistance, 4:91; 5:140; 6:76; 22:17

Globe and Mail, The, 8:41

Government intervention, 1:30, 51, 68–9; 2:13, 29; 4:46, 56, 76, 149, 163–4; 5:26, 45, 62, 157; 6:19, 41, 76, 107, 138; 9:41; 11:20, 22, 59–60; 12:52; 14:54–5, 73; 15:26; 16:49; 17:61–2, 141, 144; 18:31, 59; 20:40; 21:17; 22:18, 24–5, 63

Highway 30 Completion Bridges Act, 20:40–1

House of Commons Standing Committees, 20:28

Independent newspapers, 7:13; 9:10–11, 54; 14:59; 15:15, 39, 42, 93–4; 16:17; 17:34, 61, 70–3, 118, 135

Information technology, 5:13; 6:217, 219; 9:53; 13:18, 57; 14:20; 15:15–16, 38, 94; 16:39–40, 44, 55

Intellectual property, 1:50; 5:157, 170; 8:15; 15:52–3; 17:60; 18:42

Journalism schools, 6:174–5; 15:53, 84; 16:15–16, 44; 17:47–8; 18:25; 21:28–9; 22:57

Journalists, 2:14, 65; 3:38; 4:47, 63, 148; 5:13, 45, 170–1; 6:41–2, 76, 192–3, 213; 7:13, 40; 8:14–15, 31; 9:55, 59–60, 72; 13:57; 14:74; 15:14, 25, 68, 70, 87, 95, 99; 16:17, 32, 40, 44–5; 17:49, 59, 86, 108, 124; 18:42; 22:24

Knowledge Network, 6:91

Labour unions, 8:30; 13:20; 14:26

Lobbying and representation, 13:16, 25; 14:52; 18:16; 20:20; 22:25

Local television stations, 4:55

Media industry structure, 2:13; 3:38; 4:36, 55, 92, 129; 5:61, 130, 144; 6:56, 192; 7:31–2, 39–40, 67; 8:30; 9:54, 59; 11:42, 49, 80; 13:79–80; 14:45, 74; 15:15, 67–70, 72, 84; 16:15–17, 39; 17:62, 73, 85; 21:22, 27, 33–4; 22:59, 64

Media literacy, 6:56; 9:23; 14:45, 54, 74; 15:40, 70, 91, 110; 16:39; 17:16, 26, 95; 18:52; 23:29, 54

Media monopolies, 5:27, 186; 7:13; 8:15; 11:21–2; 13:16–17; 17:16, 34–5, 48–9, 51, 71, 73, 79, 107, 118, 122, 147; 18:17, 31–2, 41; 21:15

Multiculturalism, 4:27; 9:31; 14:53; 16:16–17, 49–50, 55–6; 18:31

Multi-media convergence, 1:49, 60–2; 2:20–1, 47, 66, 73; 4:15, 46–7, 57, 138, 148–9; 5:26, 46, 157; 6:20, 107, 175; 8:14; 9:54; 11:22, 41, 2, 60, 67, 80; 13:49; 14:11–12, 23, 66; 15:14–15, 26, 68, 83–5, 103; 16:67; 17:14, 95; 18:22, 42, 52; 21:15, 26–7, 34; 22:43, 45

Newfoundland Broadcasting Company, 14:9–10

News coverage, features, 4:35–6, 46, 163; 6:108; 7:64, 67; 11:40, 49, 80–1; 13:57–8; 14:12–13; 15:40–1; 16:67; 17:86, 126

Munson, honorable Jim – Suite

Conseils de presse, 5:185, 187; 7:12, 31–2; 8:54; 15:39; 17:62; 22:45

Convergence du multimédia, 1:49, 60–2; 2:20–1, 47, 66, 73; 4:15, 46–7, 57, 138, 148–9; 5:26, 46, 157; 6:20, 107, 175; 8:14; 9:54; 11:22, 41–2, 60, 67, 80; 13:49; 14:11–12, 23, 66; 15:14–15, 26, 68, 83–5, 103; 16:67; 17:14, 95; 18:22, 42, 52; 21:15, 26–7, 34; 22:43, 45

Couverture de l'actualité, reportages, 4:35–6, 46, 163; 6:108; 7:64, 67; 11:40, 49, 80–1; 13:57–8; 14:12–13; 15:40–1; 16:67; 17:86, 126

CTV News, 4:28, 92, 148; 7:32, 62; 9:73–4; 13:30; 14:12; 15:83; 21:16–18, 22, 26–8, 34

Décisions des tribunaux, 5:170

Écoles de journalisme, 6:174–5; 15:53, 84; 16:15–16, 44; 17:47–8; 18:25; 21:28–9; 22:57

Éditeurs et professionnels, 2:14; 4:77, 128; 8:54; 11:40, 42; 14:36; 17:14, 16, 23, 34, 48, 61, 96, 106, 108, 118, 126; 18:15–16, 41; 21:15, 26–7

Études et rapports, 2:53; 4:164

Frais d'impression et distribution, 3:46; 4:55; 18:42, 51; 22:25

Garde côtière canadienne (GCC), 20:19–20

Globe and Mail, The, 8:41

Industrie de la publicité, 3:38, 48; 11:40

Industrie du transport maritime, 20:20, 36

Interventions gouvernementales, 1:30, 51, 68–9; 2:13, 29; 4:46, 56, 76, 149, 163–4; 5:26, 45, 62, 157; 6:19, 41, 76, 107, 138; 9:41; 11:20, 22, 59–60; 12:52; 14:54–5, 73; 15:26; 16:49; 17:61–2, 141, 144; 18:31, 59; 20:40; 21:17; 22:18, 24–5, 63

Journalistes, 2:14, 65; 3:38; 4:47, 63, 148; 5:13, 45, 170–1; 6:41–2, 76, 192–3, 213; 7:13, 40; 8:14–15, 31; 9:55, 59–60, 72; 13:57; 14:74; 15:14, 25, 68, 70, 87, 95, 99; 16:17, 32, 40, 44–5; 17:49, 59, 86, 108, 124; 18:42; 22:24

Journaux, 1:50; 2:20; 3:46–7; 4:56, 107; 5:13, 186; 6:76, 194; 7:12, 67; 8:67; 9:53–4; 11:34; 13:59–60; 14:26, 54; 16:29, 55; 17:71; 18:15, 22, 25

Journaux indépendants, 7:13; 9:10–11, 54; 14:59; 15:15, 39, 42, 93–4; 16:17; 17:34, 61, 70–3, 118, 135

Knowledge Network, 6:91

Lobbying et représentation, 13:16, 25; 14:52; 18:16; 20:20; 22:25

Loi modifiant la Loi sur les télécommunications, 23:16–17, 29–30, 53–4, 61

Loi modifiant la Loi sur Téléfilm Canada et une autre loi en conséquence, 12:52

Loi sur les ponts nécessaires au parachèvement de l'autoroute 30, 20:40–1

Lois citées, 4:128; 9:10

Monopolisation des médias, 5:27, 186; 7:13; 8:15; 11:21–2; 13:16–17; 17:16, 34–5, 48–9, 51, 71, 73, 79, 107, 118, 122, 147; 18:17, 31–2, 41; 21:15

Multiculturalisme, 4:27; 9:31; 14:53; 16:16–17, 49–50, 55–6; 18:31

Newfoundland Broadcasting Company, 14:9–10

Organismes fédéraux, 9:10; 14:23, 54; 17:72

Patrimoine canadien, 6:76; 12:53

Périodiques, 2:29; 22:16–18, 24–5

Périodiques cités, 1:61; 15:86–7; 22:16–17, 24

Presse et médias ethniques, 1:30; 4:56; 16:49, 55; 17:96–7; 18:15–16

Munson, Hon. Jim – Cont'd

News editor, 2:20; 3:47; 8:53, 56; 11:34; 14:54–5, 65; 15:29, 41; 16:23; 17:15–16, 18, 64, 107, 118, 126, 128; 18:15, 25, 41
 News services, 2:65; 4:46; 6:193, 207; 9:55; 11:40; 13:59–60; 14:26; 15:25; 17:35, 98; 18:59; 21:33
 Newspapers, 1:50; 2:20; 3:46–7; 4:56, 107; 5:13, 186; 6:76, 194; 7:12, 67; 8:67; 9:53–4; 11:34; 13:59–60; 14:26, 54; 16:29, 55; 17:71; 18:15, 22, 25
 Periodicals, 2:29; 22:16–18, 24–5
 Periodicals cited, 1:61; 15:86–7; 22:16–17, 24
 Press councils, 5:185, 187; 7:12, 31–2; 8:54; 15:39; 17:62; 22:45
 Printing and distribution cost, 3:46; 4:55; 18:42, 51; 22:25
 Procedure, Organization of the Committee, 9:83
 Publishers and professionals, 2:14; 4:77, 128; 8:54; 11:40, 42; 14:36; 17:14, 16, 23, 34, 48, 61, 96, 106, 108, 118, 126; 18:15–16, 41; 21:15, 26–7
 Shaw Communications Inc., 11:60, 67
 Studies and reports, 2:53; 4:164
 Telefilm Canada, 12:52–4
 Télé-Québec, 5:140
 Torstar Corporation, 11:34, 49
 Transport Canada, 20:41
 TVOntario, 4:91–2, 107; 7:61–2, 64; 9:30
 Water transport industry, 20:20, 36

Nancy Ruth, Hon.

Cited court decisions, 19:55
Globe and Mail, The, 19:53
 Journalists, 19:54
 Media industry structure, 19:54

Nolin, Hon. Pierre Claude

Act to amend the Canada Shipping Act, the Canada Shipping Act, 2001, the Canada National Marine Conservation Areas Act and the Oceans Act, 20:17, 19, 31–2
 Aviation industry, 10:18–20, 25
 Bill C-3, 20:49
 Bill S-31, An Act to authorize the construction and maintenance of a bridge over the St. Lawrence River and a bridge over the Beauharnois Canal for the purpose of completing Highway 30, 21:36
 Canadian Coast Guard (CCG), 20:17–19, 30–1
 Government intervention, 20:17, 22, 25, 31–2
 Highway 30 Completion Bridges Act, 20:38–40
 House of Commons Standing Committees, 20:22
 International Interests in Mobile Equipment (aircraft equipment) Act, 10:13, 18–20, 22, 26
 Lobbying and representation, 20:19, 30
 Newspapers, 20:39
 Procedure, Organization of the Committee, 20:49
 Transport Canada, 20:31–2
 Water transport industry, 20:17–19, 30

Munson, honorable Jim – Suite

Procédure, Organisation du comité, 9:83
 Propriété intellectuelle, 1:50; 5:157, 170; 8:15; 15:52–3; 17:60; 18:42
 Radiodiffusion, 4:35, 148; 6:138; 8:67; 9:74; 11:60, 68; 13:25–6, 30; 14:35–6, 62; 16:32; 17:86–7; 18:51; 21:22; 22:58, 63
 Rédacteur en chef, 2:20; 3:47; 8:53, 56; 11:34; 14:54; 15:29, 41; 16:23; 17:15–16, 18, 64, 107, 118, 126, 128; 18:15, 25, 41
 Shaw Communications Inc., 11:60, 67
 Société Radio-Canada (SRC), 4:15, 27, 55, 76, 82, 91–107; 6:91; 7:32; 8:41–2; 9:22, 74; 11:68, 80; 13:19; 14:15; 5:2, 83–4, 109; 16:39; 17:49, 147; 21:16, 27; 22:24, 25
 Sociétés de radiodiffusion, 1:51; 4:56; 5:20, 46, 130; 6:9; 9:30; 14:23; 15:42, 83; 17:49; 21:22, 26–7
 Stations de télévision locales, 4:55
 Structure des industries de médias, 2:13; 3:38; 4:36, 55; 129; 5:61, 130, 144; 6:56, 192; 7:31–2, 39–40, 67; 8:30; 9:54, 59; 11:42, 49, 80; 13:79–80; 14:45, 74; 15:15, 67; 72, 84; 16:15–17, 39; 17:62, 73, 85; 21:22, 27, 33–4; 22:64
 Syndicats, 8:30; 13:20; 14:26
 Technologie de l'information, 5:13; 6:217, 219; 9:53; 10:57; 14:20; 15:15–16, 38, 94; 16:39–40, 44, 55
 Téléfilm Canada, 12:52–4
 Télé-Québec, 5:140
 Torstar Corporation, 11:34, 49
 Transports Canada, 20:41
 TVOntario, 4:91–2, 107; 7:61–2, 64; 9:30

Nancy Ruth, honorable

Décisions des tribunaux, 19:55
Globe and Mail, The, 19:53
 Journalistes, 19:54
 Structure des industries de médias, 19:54

Nolin, honorable Pierre Claude

Chambre des communes, Comités permanents, 20:22
 Garde côtière canadienne (GCC), 20:17–19, 30–1
 Industrie de l'aéronautique, 10:18–20, 25
 Industrie du transport maritime, 20:17–19, 30
 Interventions gouvernementales, 20:17, 22, 25, 31–2
 Journaux, 20:39
 Lobbying et représentation, 20:19, 30
 Loi modifiant la Loi sur la marine marchande du Canada, la Loi de 2001 sur la marine marchande du Canada, la Loi sur les aires marines nationales de conservation du Canada, la Loi sur les océans, 20:17, 19, 31–2
 Loi sur les garanties internationales portant sur des matériels d'équipement mobiles (matériels d'équipement aéronautiques), 10:13, 18–20, 22, 26
 Loi sur les ponts nécessaires au parachèvement de l'autoroute 30, 20:38–40
 Procédure, Organisation du comité, 20:49
 Projet de loi C-3, 20:49
 Projet de loi S-31, Loi autorisant la construction et l'entretien d'un pont franchissant le fleuve Saint-Laurent et d'un pont franchissant le canal de Beauharnois en vue du parachèvement de l'autoroute 30, 21:36
 Transports Canada, 20:31–2

Phalen, Hon. Gerard A.

Act to amend the Canada Shipping Act, the Canada Shipping Act, 2001, the Canada National Marine Conservation Areas Act and the Oceans Act, **20:21**

Act to amend the Telecommunications Act, **23:19, 22**

Advertising industry, **11:64, 83**

Audience targeting, **6:21; 11:63, 82-3**

Aviation industry, **10:11, 42**

Broadcast media, **6:21; 11:63**

Broadcasting companies, **13:67**

Canadian Association of Broadcasters (CAB), **22:33**

Canadian Broadcast Standards Council (CBSC), **19:16; 21:14; 22:32-3**

Canadian Broadcasting Corporation (CBC), **2:18-19; 6:21; 22:52**

Canadian Coast Guard (CCG), **20:21-2**

Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), **11:83; 13:66; 19:16; 21:14-15; 22:32-3; 23:22**

CanWest Global Communications Corporation, **6:21**

Cited laws, **10:11**

CTV News, **21:14**

Ethnic press and media, **1:28-9**

Export Development Canada (EDC), **10:43**

Federal government agencies, **11:63**

Financial assistance, **12:26; 22:18**

Globe and Mail, The, **21:15**

Government intervention, **2:46; 12:28**

Industry Canada, **23:19**

Information technology, **11:63**

International Interests in Mobile Equipment (aircraft equipment) Act, **10:11-12, 41-3**

Journalists, **2:67; 8:29**

Lobbying and representation, **22:18, 22-3**

Media industry structure, **8:29; 11:19; 22:52-3**

Media literacy, **22:52**

Media monopolies, **2:45; 6:21**

Motions and decisions, organization meeting, **1:19-21**

Multi-media convergence, **2:46; 6:127; 8:29-30; 13:67; 21:15; 22:32**

National Ethnic Press and Media Council of Canada (NEPMCC), **12:26**

News coverage, features, **2:62-3**

Periodicals, **22:18, 23**

Periodicals cited, **6:127**

Press councils, **7:23-6; 19:15-16**

Printing and distribution cost, **12:26, 28**

Publishers and professionals, **2:46, 63-4; 6:171; 11:18; 22:18, 52**

Studies and reports, **22:52-3**

Torstar Corporation, **11:18-19**

United Kingdom, media model, **19:15-16**

Water transport industry, **20:21-2**

Tardiff, Hon. Claudette

Act to amend the Telecommunications Act, **23:20, 28, 36, 49, 69-70, 76-7**

Advertising industry, **23:49**

Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), **23:28-9, 36, 49, 55-6**

Federal government agencies, **23:70**

Phalen, honorable Gerard A.

Aide financière, **12:26; 22:18**

Alphabétisation, apprentissage aux médias, **22:52**

Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR), **22:33**

CanWest Global Communications Corporation, **6:21**

Choix de publics cibles, **6:21; 11:63, 82-3**

Conseil canadien des normes de la radiotélévision (CCNR), **19:16; 21:14; 22:32-3**

Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), **11:83; 13:66; 19:16; 21:14-15; 22:32-3; 23:22**

Conseils de presse, **7:23-6; 19:15-16**

Convergence du multimédia, **2:46; 6:127; 8:29-30; 13:67; 21:15; 22:32**

Couverture de l'actualité, reportages, **2:62-3**

CTV News, **21:14**

Éditeurs et professionnels, **2:46, 63-4; 6:171; 11:18; 22:18, 52**

Études et rapports, **22:52-3**

Exportation et développement Canada (EDC), **10:43**

Frais d'impression et distribution, **12:26, 28**

Garde côtière canadienne (GCC), **20:21-2**

Globe and Mail, The, **21:15**

Industrie Canada, **23:19**

Industrie de la publicité, **11:64, 83**

Industrie de l'aéronautique, **10:11, 42**

Industrie du transport maritime, **20:21-2**

Interventions gouvernementales, **2:46; 12:28**

Journalistes, **2:67; 8:29**

Lobbying et représentation, **22:18, 22-3**

Loi modifiant la Loi sur la marine marchande du Canada, la Loi de 2001 sur la marine marchande du Canada, la Loi sur les aires marines nationales de conservation du Canada et la Loi sur les océans, **20:21**

Loi modifiant la Loi sur les télécommunications, **23:19, 22**

Loi sur les garanties internationales portant sur des matériels d'équipement mobiles (matériels d'équipement aéronautiques), **10:11-12, 41-3**

Lois citées, **10:11**

Monopolisation des médias, **2:45; 6:21**

Motions et décisions, réunion d'organisation, **1:19-21**

National Ethnic Press and Media Council of Canada (NEPMCC), **12:26**

Organismes fédéraux, **11:63**

Périodiques, **22:18, 23**

Périodiques cités, **6:127**

Presse et médias ethniques, **1:28-9**

Radiodiffusion, **6:21; 11:63**

Royaume-Uni, modèle de médias, **19:15-16**

Société Radio-Canada (SRC), **2:18-19; 6:21; 22:52**

Sociétés de radiodiffusion, **13:67**

Structure des industries de médias, **8:29; 11:19; 22:52-3**

Technologie de l'information, **11:63**

Torstar Corporation, **11:18-19**

Tardiff, honorable Claudette

Alphabétisation, apprentissage aux médias, **23:69-70**

Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), **23:28-9, 36, 49, 55-6**

Industrie de la publicité, **23:49**

Interventions gouvernementales, **23:70**

Tardiff, Hon. Claudette – Cont'd

Government intervention, 23:70
Media literacy, 23:69–70

Tkachuk, Hon. David, Deputy Chair of the Committee

Aboriginal Peoples Television Network (APTN), 9:69–70, 72, 74
Act to amend the Canada Shipping Act, the Canada Shipping Act, 2001, the Canada National Marine Conservation Areas Act and the Oceans Act, 20:14–15, 24
Act to amend the Telecommunications Act, 23:13–16, 18, 22–5, 27, 37, 44–7, 53, 55, 58–9, 67–8, 72–7
Act to amend the Telefilm Canada Act and Another Act, 12:48, 64, 67
Advertising industry, 4:107–8, 110, 114; 5:75–6, 87–90; 11:56–8; 16:48–9; 23:60, 67
Audience targeting, 4:81, 90, 92–3, 96, 114; 5:88, 137, 153–4; 6:70, 120, 167, 217; 7:37–8; 8:34; 9:8–10, 20, 32, 70; 14:35; 15:49, 93, 108; 16:14, 23, 28, 43–4, 48; 22:21–3, 26; 23:37, 55, 67, 73
Aviation industry, 10:18, 20, 31, 40
Bill C-18, An Act to amend the Telefilm Canada Act and Another Act, 12:64
Bill C-37, An Act to amend the Telecommunications Act, 23:42, 74–6
Broadcast media, 1:56; 2:8–9; 3:46; 4:55, 66, 69; 5:20, 42; 6:36; 7:9; 8:19, 35, 42–4; 9:30, 69, 74; 11:67, 79; 13:11, 13, 18–19, 23, 28–30, 62–5; 14:7, 22, 33–4, 45, 61; 15:11, 22, 25; 18:11–12, 47–8; 19:22, 36; 22:44
Broadcasting companies, 1:47; 4:13, 34; 5:41, 43; 6:86, 112; 7:9; 11:58; 13:64; 15:85; 18:47; 19:36; 21:14
Brunswick News Inc. (BNI), 18:38, 40, 46
Canadian Association of Broadcasters (CAB), 22:28
Canadian Broadcast Standards Council (CBSC), 22:28, 44
Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 1:48; 2:9, 24, 64; 4:13, 22, 55, 81, 104–5, 172; 5:103–4, 119–20, 128, 136, 167–8; 6:35–7, 87, 112, 144, 214, 216; 7:9; 8:34–5, 44, 56; 9:20–2, 24, 27, 30, 32; 11:58; 12:35–7; 13:11, 29–30, 63–5; 14:8, 25; 15:23, 35, 37, 86, 90–1; 16:31–2, 34, 37–8, 63–4; 19:55–6; 21:13, 24–5; 22:48, 62–3
Canadian Charter of Rights and Freedoms, 14:71; 15:35; 22:44
Canadian Coast Guard (CCG), 20:14–15, 24
Canadian Heritage, 12:47, 62; 14:55, 58; 16:48
Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 2:8, 10, 24, 75; 3:45; 4:12, 25, 55, 105–6, 161; 5:25, 43, 126, 152; 6:37; 8:34, 67; 9:30, 53, 70; 13:12–13, 23, 63–4; 14:8, 32–4; 15:12, 23–5; 16:12; 18:47; 19:23, 38; 21:13–14; 23:13–14, 22, 26–8, 36–7, 45–6, 53, 56, 76–7
CanWest Global Communications Corporation, 4:43; 6:35, 144; 13:61–4; 19:36
Chronicle-Herald, The, 15:36
Cited laws, 4:12; 12:67
CTV News, 4:55; 8:34; 9:74; 11:58; 13:12, 30; 19:37; 21:13, 20, 24–5
Ethnic press and media, 1:33–6, 59; 4:71–2, 80, 110; 6:73, 79; 9:22; 14:55–8; 16:48; 18:29–32, 39
Export Development Canada (EDC), 10:31, 40
Federal government agencies, 1:34; 2:24, 61; 4:42, 161; 6:87; 13:23; 14:65; 15:13, 37; 16:48, 59–60; 18:23, 38

Tardiff, honorable Claudette – Suite

Loi modifiant la Loi sur les télécommunications, 23:20, 36, 49, 69–70, 76–7
Organismes fédéraux, 23:70

Tkachuk, honorable David, vice-président du comité

Aboriginal Peoples Television Network (APTN), 9:69–70, 72, 74
Agences de nouvelles, 6:79; 7:38; 9:53
Aide financière, 6:86–7, 101; 22:21, 23
Alphabétisation, apprentissage aux médias, 4:55, 107; 5:12, 97, 141–2; 12:36; 14:71; 15:51, 66, 73; 16:28; 23:24, 36–7, 56, 58–9
Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR), 22:2
Brunswick News Inc. (BNI), 18:38, 40, 46
CanWest Global Communications Corporation, 4:43; 6:144; 13:61–4; 19:36
Chambre des communes, Comités permanents, 20:26
Charte canadienne des droits et libertés, 14:71; 15:35; 22:21
Choix de publics cibles, 4:81, 90, 92–3, 96, 114; 5:88, 153–4; 6:70, 120, 167, 217; 7:37–8; 8:34; 9:8–10, 20, 32; 14:35; 15:49, 93, 108; 16:14, 23, 28, 43–4, 48; 22:21–3; 23:37, 55, 67, 73
Chronicle-Herald, The, 15:36
Conseil canadien des normes de la radiotélévision (CCN), 22:28, 44
Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 2:8, 10, 24, 75; 3:45; 4:12, 25, 55, 105–6, 161; 5:25, 43, 126, 152; 6:37; 8:34, 67; 9:30, 53; 13:12–13, 23, 63–4; 14:8, 32–4; 15:12, 23–5; 16:12; 18:23, 38; 21:13–14; 23:13–14, 22, 26–8, 36–7, 45–6, 53, 56, 76–7
Conseils de presse, 5:89, 182–3; 6:53; 7:9
Convergence du multimédia, 1:48, 67; 2:8, 16, 24–5, 60, 73; 3:44–5; 4:13, 91, 162, 173; 5:24, 27, 41, 87, 105–6, 12, 154; 6:35, 38, 79–80; 8:34; 9:52; 14:65; 15:36; 16:18; 20:1; 19:13, 22, 36–7; 21:14
Couverture de l'actualité, reportages, 2:62, 64; 4:36, 71; 5:19, 50; 6:36, 79, 119, 191; 9:81; 13:61–2; 14:71; 15:51, 66, 73, 98, 102; 16:37; 18:38; 19:39
CTV News, 4:55; 8:34; 9:74; 11:58; 13:12, 30; 19:37; 20, 24–5
Écoles de journalisme, 6:192; 8:19; 16:13; 18:40
Éditeurs et professionnels, 2:60, 64; 3:32–3; 4:43, 81, 167; 6:73; 8:60; 18:9–10, 21–3, 38–9, 47
Études et rapports, 1:48; 6:167; 16:12
Exportation et développement Canada (EDC), 10:31, 40
Frais d'impression et distribution, 1:32, 64; 6:63; 9:9–10; 15:65; 16:59; 18:29, 47; 22:21
Garde côtière canadienne (GCC), 20:14–15, 24
Gesca Ltée, 5:120, 136; 12:35–7
Globe and Mail, The, 8:46; 19:23, 37
Industrie de la publicité, 4:107–8, 110, 114; 5:75–6, 87; 14:56–8; 16:48–9; 23:60, 67
Industrie de l'aéronautique, 10:18, 20, 31, 40
Industrie du transport maritime, 20:23, 26
Interventions gouvernementales, 1:48–9, 59–60; 4:71–2; 5:25, 75–6, 97, 125, 166; 6:37, 63, 70, 102, 111; 7:36; 9:12; 12:64–5; 13:12; 14:9, 55; 15:35–7; 16:11–59–60; 18:29; 19:38–9, 55; 20:14–15, 22, 26; 22:21, 23:24, 26

Tkachuk, Hon. David, Deputy Chair of the Committee – Cont'd

Financial assistance, 6:86–7, 101; 22:21, 23
 Gesca Ltée, 5:120, 136; 12:35–7
Globe and Mail, The, 8:46; 19:23, 37
 Government intervention, 1:48–9, 59–60; 4:71–2, 101, 172–3; 5:25, 75–6, 97, 125, 166; 6:37, 63, 70, 102, 111, 155; 7:36; 9:12; 12:64–5; 13:12; 14:9, 55; 15:35–7; 16:11–12, 59–60; 18:29; 19:38–9, 55; 20:14–15, 22, 26; 22:21, 23, 26; 23:24, 26
 House of Commons Standing Committees, 20:26
 Independent newspapers, 4:47; 9:8–9; 14:56; 15:73, 93
 Information technology, 2:62; 3:46; 6:101–2; 8:44–5; 9:69; 11:57–8, 66–7, 78–9; 13:12, 19; 14:20–2, 35; 15:22, 49–51, 94; 16:43–4; 18:48; 19:14, 23, 56; 23:37
 Intellectual property, 5:166, 168, 183–4; 11:78–9
 International Interests in Mobile Equipment (aircraft equipment) Act, 10:21–2, 29–31, 38–41, 44, 46, 53–4
 Journalism schools, 6:192; 8:19; 16:13; 18:40
 Journalists, 1:68; 3:32–3; 4:155; 5:42, 110; 6:36, 167–8, 192–3, 214; 8:9, 18–19; 9:21, 71; 11:78; 12:37–8; 13:61; 14:65; 15:51–2, 56, 86; 16:32; 18:38–9; 21:20; 22:44, 48
 Knowledge Network, 6:86–7
 Labour unions, 5:99
 Lobbying and representation, 5:89–90; 6:70; 7:36–7; 15:52; 20:23, 26; 22:21; 23:44–5, 53, 59, 67, 72
 Local television stations, 4:65, 69; 6:35; 8:44
 Media industry structure, 2:9; 4:19, 47, 55, 122–4, 172; 5:11–12, 19, 28, 42, 68, 75, 97, 105–6; 6:36, 53, 155, 168; 7:36; 8:56; 9:22; 11:78; 12:38; 13:11; 15:23, 85, 98, 102; 18:20–1, 47; 19:23; 22:21, 63; 23:15
 Media literacy, 4:55, 107; 5:11–12, 97, 141–2; 12:36; 14:71; 15:51, 66, 73; 16:28; 23:24, 27, 36–7, 56, 58–9
 Media monopolies, 4:54, 161; 5:19, 151–2; 6:34, 37; 8:19; 9:52; 13:23, 61; 15:12–13, 86; 18:9–11, 21–2, 24, 39–40, 45–8; 19:13; 22:44
 Motions and decisions, organization meeting, 1:19–21
 Multiculturalism, 5:141; 7:9; 9:32; 16:47; 18:30
 Multi-media convergence, 1:48, 67; 2:8, 16, 24–5, 60–1, 73; 3:44–5; 4:13, 91, 162, 173; 5:24, 27, 41, 87, 105–6, 111–12, 154; 6:35, 38, 79–80; 8:34; 9:52; 14:65; 15:36; 16:13; 18:20–1; 19:13, 22, 36–7; 21:14
 Newfoundland Broadcasting Company, 15:23, 85
 News coverage, features, 2:62, 64; 4:36, 71–2; 5:19, 50; 6:36, 79, 119, 191; 9:81; 13:61–2; 14:71; 15:62, 66–7, 73, 98, 102; 16:37; 18:38; 19:39
 News editor, 2:8; 5:50; 16:14–15; 19:58
 News services, 6:79; 7:38; 9:53
 Newspapers, 2:8; 3:45; 5:11, 27; 6:112; 8:19, 42, 56; 9:81; 14:64–5; 15:13; 18:31; 21:20
 Periodicals, 1:59; 22:8, 21–2
 Periodicals cited, 1:36; 22:15, 21–3
 Press councils, 5:89, 182–3; 6:53; 7:9
 Printing and distribution cost, 1:32, 64; 6:63; 9:9–10; 15:65; 16:59; 18:29, 47; 22:21
 Procedure, Committee's mandate, 6:155
 Procedure, Organization of the Committee, 5:63, 77, 91, 106; 8:5, 36; 9:83; 10:8, 31; 22:9, 28, 64
 Publishers and professionals, 2:60, 64; 3:32–3; 4:43, 81, 122–4; 6:73; 8:60; 18:9–10, 21–3, 38–9, 47
 Shaw Communications Inc., 3:44; 11:57–9, 67; 14:34
 Studies and reports, 1:48; 6:167; 16:12

Tkachuk, honorable David, vice-président du comité – Suite

Journalistes, 1:68; 3:32–3; 4:155; 5:42, 110; 6:36, 167–8, 192–3, 214; 8:9, 18–19; 9:21, 71; 11:78; 12:37–8; 13:62; 14:65; 15:51–2, 56, 86; 16:32; 18:38–9; 21:20; 22:44, 48
 Journaux, 2:8; 3:45; 5:11, 27; 6:112; 8:19, 42, 56; 9:81; 14:64–5; 15:13; 18:31; 21:20
 Journaux indépendants, 4:47; 9:8–9; 14:56; 15:73, 93
 Knowledge Network, 6:86–7
 Lobbying et représentation, 5:89–90; 6:70; 7:36–7; 15:52; 20:23, 26; 22:21; 23:44–5, 53, 59, 67, 72
 Loi modifiant la Loi sur la marine marchande du Canada, la Loi de 2001 sur la marine marchande du Canada, la Loi sur les aires marines nationales de conservation du Canada et la Loi sur les océans, 20:14–15, 24
 Loi modifiant la Loi sur les télécommunications, 23:13–16, 18, 22, 5, 27, 37, 44–7, 53, 55, 58–9, 67, 8, 72–7
 Loi modifiant la loi sur Téléfilm Canada et une autre loi en conséquence, 12:48, 64, 67
 Loi sur les garanties internationales portant sur des matériels d'équipement mobiles (matériels d'équipement aéronautiques), 10:21–2, 29–31, 38–41, 44, 46, 53–4
 Lois citées, 4:12; 12:67
 Monopolisation des médias, 4:54, 161; 5:19, 151–2; 6:34, 37; 8:19; 9:52; 13:23, 61; 15:12–13, 86; 18:9–11, 21–2, 24, 39–40, 45–8; 19:13; 22:44
 Motions et décisions, réunion d'organisation, 1:19–21
 Multiculturalisme, 5:141; 7:9; 9:32; 16:47; 18:30
 Newfoundland Broadcasting Company, 15:23, 85
 Organismes fédéraux, 1:34; 2:24, 61; 4:42, 161; 6:87; 13:23; 14:65; 15:13, 37; 16:48, 59–60; 18:23, 38
 Patrimoine canadien, 12:47, 62; 14:55, 58; 16:48
 Périodiques, 1:59; 22:8, 21–2
 Périodiques cités, 1:36; 22:15, 21–3
 Presse et médias ethniques, 1:33–6, 59; 4:71–2, 80, 110; 6:73, 79; 9:22; 14:55–8; 16:48; 18:29–32, 39
 Procédure, Mandat du comité, 6:155
 Procédure, Organisation du comité, 5:63, 77, 91, 106; 8:5, 36; 9:83; 10:8, 31; 22:9, 28, 64
 Projet de loi C-18, Loi modifiant la Loi sur Téléfilm Canada et une autre loi en conséquence, 12:64
 Projet de loi C-37, Loi modifiant la Loi sur les télécommunications, 23:42, 74–6
 Propriété intellectuelle, 5:166, 168, 183–4; 11:78–9
 Radiodiffusion, 1:56; 2:8–9; 3:46; 4:55, 66, 69; 5:20, 42; 6:36; 7:9; 8:19, 35, 42–4; 9:30, 69, 74; 11:67, 79; 13:11, 13, 18–19, 23, 28–30, 62–5; 14:7, 22, 33–4, 45, 61; 15:11, 22, 25; 18:11–12, 47–8; 19:22, 36; 22:44
 Rédacteur en chef, 2:8; 5:50; 16:14–15; 19:58
 Royaume-Uni, modèle de médias, 15:85; 19:13–14, 22–3; 23:14
 Shaw Communications Inc., 3:44; 11:57–9, 67; 14:34
 Société Radio-Canada (SRC), 1:48; 2:9, 24, 64; 4:13, 22, 55, 81, 104–5, 172; 5:103–4, 119–20, 128, 136, 167–8; 6:35–7, 87, 112, 144, 214, 216; 7:9; 8:34–5, 44, 56; 9:20–2, 24, 27, 30, 32; 11:58; 12:35–7; 13:11, 29–30, 63–5; 14:8, 25; 15:23, 35, 37, 86, 90–1; 16:31–2, 34, 37–8, 63–4; 19:55–6; 21:13, 24–5; 22:48, 62–3
 Sociétés de radiodiffusion, 1:47; 4:13, 34; 5:41, 43; 6:86, 112; 7:9; 11:58; 13:64; 15:85; 18:47; 19:36; 21:14
 Stations de télévision locales, 4:65, 69; 6:35; 8:44

**Tkachuk, Hon. David, Deputy Chair of the Committee –
Cont'd**

Technologies for deaf persons, 4:65–6
Telefilm Canada, 4:22; 5:129; 6:86; 12:46–9, 62, 64
Télé-Québec, 5:135–8
Torstar Corporation, 4:43; 16:14–15
Transport Canada, 20:15, 24
TVOntario, 4:89–91, 101
United Kingdom, media model, 15:85; 19:13–14, 22–3;
23:14
Water transport industry, 20:23, 26

Trenholme Counsell, Hon. Marilyn

ACCESS Television (ACCESS), 7:56–7
Advertising industry, 1:67; 4:45, 108; 7:41, 43; 11:92–5;
17:68
Audience targeting, 2:15, 70; 3:49; 4:17, 61, 109; 6:23, 39–
40, 66, 77–8, 92, 124, 173, 218; 7:19; 8:29; 11:64; 12:32;
15:30, 43, 73–4; 16:51–2; 17:78, 93–4; 18:49
Aviation industry, 10:49–50
Broadcast media, 2:15–16, 70; 4:16–17, 30, 99–100; 7:55,
58; 11:91–2, 94; 12:57–8
Brunswick News Inc. (BNI), 17:56, 68; 18:41, 49–50, 55
Canadian Association of Broadcasters (CAB), 11:93
Canadian Association of Journalists (CAJ), 15:30–1
Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 1:56; 4:16–17,
29, 62, 69, 82–3, 129; 12:34
Canadian Charter of Rights and Freedoms, 2:33; 4:130; 7:20,
43
CanWest Global Communications Corporation, 6:174
Chronicle-Herald, The, 15:42–4, 100
CTV News, 4:17
Ethnic press and media, 1:37–8; 3:37; 4:61, 75; 6:150, 208;
16:51; 17:137; 18:50
Federal government agencies, 1:36–7; 4:46
Financial assistance, 6:39
Gesca Ltée, 12:34
Globe and Mail, The, 4:147
Government intervention, 1:37; 2:70; 4:61, 75, 130; 6:40,
155; 16:51; 17:141
Guardian, The, 17:32, 84
Independent newspapers, 8:12–14, 29; 15:42–3; 16:50–1;
17:14, 45–6, 58, 69–70, 73–4, 78, 105–6
Information technology, 2:31; 6:173, 218–19; 15:96; 16:42;
17:78
Intellectual property, 6:123
International Interests in Mobile Equipment (aircraft
equipment) Act, 10:49–50
Journalism schools, 3:37; 6:22; 8:28; 15:30, 96; 16:21;
17:47, 94; 18:12–14
Journalists, 1:57; 3:36–7; 4:83; 6:22, 123; 7:20, 43; 15:44–5,
87–8, 104; 17:56, 60, 70, 83–4, 124, 126
Knowledge Network, 6:92
Lobbying and representation, 4:29–30; 17:22, 93
Local television stations, 4:16, 69; 7:57
Media industry structure, 4:129, 136–7; 6:22; 7:41; 8:12;
15:103–4; 16:25; 17:12, 47, 129

Tkachuk, honorable David, vice-président du comité – S

Structure des industries de médias, 2:9; 4:19, 47, 55, 12;
172; 5:11–12, 19, 28, 42, 68, 75, 97, 105–6; 6:36, 53, 15
168; 7:36; 8:56; 9:22; 11:78; 12:38; 13:11; 15:23, 85, 9
102; 18:20–1, 47; 19:23; 22:21, 63; 23:15
Syndicats, 5:99
Technologie de l'information, 2:62; 3:46; 6:101–2; 8:44
9:69; 11:57–8, 66–7, 78–9; 13:12, 19; 14:20–2, 35; 15:
49–51, 94; 16:43–4; 18:48; 19:14, 23, 56; 23:37
Technologies aux personnes sourdes, 4:65–6
Téléfilm Canada, 4:22; 5:129; 6:86; 12:46–9, 62, 64
Télé-Québec, 5:135–8
Torstar Corporation, 4:43; 16:14–15
Transports Canada, 20:15, 24
TVOntario, 4:89–91, 101

Trenholme Counsell, honorable Marilyn

ACCESS Television (ACCESS), 7:56–7
Agences de nouvelles, 12:34
Aide financière, 6:39
Alphabétisation, apprentissage aux médias, 1:57; 2:31;
100; 7:57; 12:33; 15:31, 43–4, 75, 96; 16:20–1, 23–5, 4
17:84–5, 94–5; 18:55
Association canadienne des journalistes, 15:30–1
Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR), 11:
Brunswick News Inc. (BNI), 17:56, 68; 18:41, 49–50, 5
CanWest Global Communications Corporation, 6:174
Charte canadienne des droits et libertés, 2:33; 4:130; 7:
Choix de publics cibles, 2:15, 70; 3:49; 4:17, 61, 109;
39–40, 66, 77–8, 92, 124, 173, 218; 7:19; 8:29; 11:64;
15:30, 43, 73–4; 16:51–2; 17:78, 93–4; 18:49
Chronicle-Herald, The, 15:42–4, 100
Conseils de presse, 7:20; 8:53; 17:124; 18:41
Convergence du multimédia, 1:56, 67; 2:31, 52–3, 69;
4:15, 17, 46; 8:14; 17:14, 105, 117; 18:41
Couverture de l'actualité, reportages, 2:52, 69; 4:63, 14
6:21–2, 66–7, 159; 7:68; 8:12, 28; 15:44–5, 74; 17:11–
32, 45, 47, 70, 84–5, 106, 129, 132; 18:49
CTV News, 4:17
Écoles de journalisme, 3:37; 6:22; 8:28; 15:30, 96; 16:
17:47, 94; 18:12–14
Éditeurs et professionnels, 1:66; 2:69; 3:36–7, 49; 4:4
31; 17:22–3, 33, 45, 68, 126, 138; 18:12–13, 24
Études et rapports, 8:27; 12:33
Frais d'impression et distribution, 1:36, 67; 17:74
Gesca Ltée, 12:34
Globe and Mail, The, 4:147
Guardian, The, 17:32, 84
Industrie de la publicité, 1:67; 4:45, 108; 7:41, 43; 11:
17:68
Industrie de l'aéronautique, 10:49–50
Interventions gouvernementales, 1:37; 2:70; 4:61, 75,
6:40, 155; 16:51; 17:141
Journalistes, 1:57; 3:36–7; 4:83; 6:22, 123; 7:20, 43; 1:
5, 87–8, 104; 17:56, 60, 70, 83–4, 124, 126
Journaux, 3:49; 6:66; 17:14, 56, 58, 69, 73–4, 105; 18:
48–9, 59
Journaux indépendants, 8:12–14, 29; 15:42–3; 16:50–
17:14, 45–6, 58, 69–70, 73–4, 78, 105–6
Knowledge Network, 6:92
Lobbying et représentation, 4:29–30; 17:22, 93

Trenholme Counsell, Hon. Marilyn – Cont'd

Media literacy, 1:57; 2:31; 4:99–100; 7:57; 12:33; 15:31, 43–4, 75, 96; 16:20–1, 23–5, 42, 51; 17:84–5, 94–5; 18:55
 Media monopolies, 1:57; 6:123–4, 146; 17:22–3, 33–4, 45, 56, 68, 117, 138; 18:24, 41, 59
 Motions and decisions, organization meeting, 1:20
 Multiculturalism, 6:208; 15:99–100; 16:51; 17:22, 93, 117, 138; 18:24–5, 49–50
 Multi-media convergence, 1:56, 67; 2:31, 52–3, 69; 3:49; 4:15, 17, 46; 8:14; 17:14, 105, 117; 18:41
 News coverage, features, 2:52, 69; 4:63, 147–8; 6:22, 66–7, 159; 7:68; 8:12, 28; 15:44–5, 74; 17:11–13, 32, 45, 47, 70, 84–5, 106, 129, 132; 18:49
 News editor, 2:52; 6:124; 15:74–5; 17:122, 126–7
 News services, 12:34
 Newspapers, 3:49; 6:66; 17:14, 56, 58, 69, 73–4, 105; 18:24–5, 48–9, 59
 Periodicals, 1:66
 Periodicals cited, 6:39
 Press councils, 7:20; 8:53; 17:124; 18:41
 Printing and distribution cost, 1:36, 67; 17:74
 Procedure, Committee's mandate, 6:155
 Publishers and professionals, 1:66; 2:69; 3:36–7, 49; 4:45, 129–31; 17:22–3, 33, 45, 68, 126, 138; 18:12–13, 24
 Shaw Communications Inc., 11:64–5
 Studies and reports, 8:27; 12:32
 Technologies for deaf persons, 4:69
 Telefilm Canada, 12:58
 Télé-Québec, 7:57
 TVOntario, 4:99

Vatt, Hon. Charlie

Government intervention, 20:33–4
 Lobbying and representation, 20:33
 Transport Canada, 20:33
 Water transport industry, 20:33–4

Zimmer, Hon. Rod A. A.

Act to amend the Telecommunications Act, 23:22, 35
 Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 23:22

SUBJECTS**Aboriginal Peoples Television Network (APTN)**

Business services
 Cable television, 9:70
 Funding, ownership, 9:69, 76–7
 Partnerships, staffing, 9:71–5
 Community resources, 4:79–80; 8:36, 65, 67; 9:69–71, 76–7
 National network
 Mandate, 9:63–4, 68–9
 Programming, 9:64–8, 71–2, 78; 15:71
 Regulations, 9:67, 70
 Traditional media, representation, 9:65–6, 72–3

ACCESS Television (ACCESS)

Demographic goals, 7:56
 Educational programming
 Alberta, provincial content, 7:51–4, 59, 62

Trenholme Counsell, honorable Marilyn – Suite

Loi sur les garanties internationales portant sur des matériels d'équipement mobiles (matériels d'équipement aéronautiques), 10:49–50
 Monopolisation des médias, 1:57; 6:123–4, 146; 17:22–3, 33–4, 45, 56, 68, 117, 138; 18:24, 41, 59
 Motions et décisions, réunion d'organisation, 1:20
 Multiculturalisme, 6:208; 15:99–100; 16:51; 17:22, 93, 117, 138; 18:24–5, 49–50
 Organismes fédéraux, 1:36–7; 4:46
 Périodiques, 1:66
 Périodiques cités, 6:39
 Presse et médias ethniques, 1:37–8; 3:37; 4:61, 75; 6:150, 208; 16:51; 17:137; 18:50
 Procédure, Mandat du comité, 6:155
 Propriété intellectuelle, 6:123
 Radiodiffusion, 2:15–16, 70; 4:16–17, 30, 99–100; 7:55, 58; 11:91–2, 94; 12:57–8
 Rédacteur en chef, 2:52; 6:124; 15:74–5; 17:122, 126–7
 Shaw Communications Inc., 11:64–5
 Société Radio-Canada (SRC), 1:56; 4:16–17, 29, 62, 69, 82–3, 129; 12:34
 Stations de télévision locales, 4:16, 69; 7:57
 Structure des industries de médias, 4:129, 136–7; 6:22; 7:41; 8:12; 15:103–4; 16:25; 17:12, 47, 129
 Technologie de l'information, 2:31; 6:173, 218–19; 15:96; 16:42; 17:78
 Technologies aux personnes sourdes, 4:69
 Téléfilm Canada, 12:58
 Télé-Québec, 7:57
 TVOntario, 4:99

Watt, honorable Charlie

Industrie du transport maritime, 20:33–4
 Interventions gouvernementales, 20:33–4
 Lobbying et représentation, 20:33
 Transports Canada, 20:33

Zimmer, honorable Rod A. A.

Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 23:22
 Loi modifiant la Loi sur les télécommunications, 23:22, 35

SUJETS**Aboriginal Peoples Television Network (APTN)**

Médias traditionnels, représentation, 9:65–6, 72–3
 Réseau national
 Émissions, 9:64–8, 71–2, 78; 15:71
 Mandat, 9:63–4, 68–9
 Règlements, 9:67, 70
 Ressources communautaires, 4:79–80; 8:36, 65, 67; 9:69–71, 76–7
 Services aux entreprises
 Câblodistribution, 9:70
 Financement, propriété, 9:69, 76–7
 Partenariats, dotation, 9:71–5

ACCESS Television (ACCESS)

Financement
 Contrats, 7:51–2

ACCESS Television (ACCESS) – Cont'dEducational programming – *Cont'd*

- National educational service, 7:56, 58–62, 65
- Partnerships, models, 7:52, 55–61
- Programs cited, 7:52–5, 62–3, 65
- Public affairs coverage, 7:51–5, 65

Funding

- Contracts, 7:51–2
- Public and private approach, 7:54–60, 65
- Revenue, integrated services, 7:60–1, 63
- Sponsorships, 7:64

Organizations and associations

- Access Media Group, 7:50–2
- Book Television, 7:60
- Canadian Learning Television (CLT), 7:56; 60–1
- SCN, 7:56–7

Act to amend the Canada Shipping Act, the Canada Shipping Act, 2001, the Canada National Marine Conservation Areas Act and the Oceans Act. See also Bill C-3

Discussion, intent

- Amendments, 20:17, 19, 21, 23–4, 27
- Clause 16(2), 20:10, 19
- Existing legislation, 20:21, 29, 31, 46–7
- Policy framework, 20:12, 14, 19, 23, 29–30, 35–6, 50
- Marine fees, payment policy, 20:10–13, 15, 18, 20, 23, 33, 49
- Regulatory and operations responsibilities, 20:10–13, 16–17, 19, 21, 26, 29–32

Act to amend the Telecommunications Act. See also Bill C-37,**An Act to amend the Telecommunications Act**Administration. *See also* Conditions imposed *Under***Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC)**

- Administrative monetary penalties system (AMPS), 23:33, 35, 74
- Costs, comparison with gun registry, 23:16–17, 26, 30
- Regulation, amendments, 23:15–16, 25–6, 31–2, 39–40, 43–5, 58, 61–2, 68, 74–7
- Terminology and exemptions, 23:11–16, 18, 20–3, 25, 27, 29, 34, 39–40, 45–8, 51–9, 61–2, 65–9, 71, 74, 76–7

Businesses

- Business start-ups, small businesses, 23:17, 19, 41–51, 53, 55, 59, 66, 68, 72

Call centre, service agreements, 23:20, 45, 68–9

Charitable organizations, 23:21–7, 33–5, 48, 55–8, 61, 63–4, 67–71

Existing business relationship, 23:17–18, 21, 39–40, 42–8, 51–3, 56–62, 64–7, 72, 74

Trade, economic impact, 23:18, 48, 65–7

Direct marketing

- Automatic dialing-announcing devices, 23:35, 66, 69
- Compliance, fines, 23:21–2, 27, 30–6, 40, 42–3, 46, 52–4, 59, 69, 71, 74, 77
- Do-not-call lists, 23:11–16, 18–33, 35, 37–41, 44–9, 55–8, 61–5, 69–73, 76–7
- Telecommunications, foreign models, 23:10–18, 24–5, 29–30, 33–4, 43–4, 46–7, 53–4, 56–7, 59, 62–3, 68–9, 71–3, 77

Legislative framework

- Consumer protection, 23:10, 23–4, 35, 56–7, 70, 72, 76–7

ACCESS Television (ACCESS) – SuiteFinancement – *Suite*

- Méthode publique et privée, 7:54–60, 65
- Parrainages, 7:64
- Recettes, services intégrés, 7:60–1, 63

Objectifs démographiques, 7:56

Organismes et associations

- Access Media Group, 7:50–2
- Book Television, 7:60
- Canadian Learning Television (CLT), 7:56, 60–1
- SCN, 7:56–7

Programmation éducative

- Alberta, contenu provincial, 7:51–4, 59, 62
- Couverture d'affaires publiques, 7:51–5, 65
- Émissions citées, 7:52–5, 62–3, 65
- Partenariats, modèles, 7:52, 55–61
- Service éducatif national, 7:56, 58–62, 65

Accords cités

- Accord sur les revendications territoriales du Nunavut, Convention de Genève, 10:10
- Déclaration universelle des droits de l'homme, Organisation des Nations Unies (ONU), 1:26; 6:222
- Durban Program of Action, 2001, Organisation des Nations Unies (ONU), 4:120
- Entente-cadre sur l'infrastructure, 20:38

Agences de nouvelles

Affaires culturelles

- Alliance des radios communautaires du Canada (A), 9:43–4
- Association de la Presse Francophone (APF), 5:65
- 9:38–9; 14:57, 59; 16:46, 48, 51, 54–5; 18:26, 30, China Central Television (CCTV), 6:204, 207
- Hebdo Québec, 5:65, 67; 6:58–9, 69
- Xinhua News Agency, 6:76, 79–80

Associations

- Association canadienne des directeurs de l'information radio-télévision (ACDIRT-Canada), 7:8–9; 13:76
- 22:35
- Association canadienne des quotidiens, 3:26; 4:16
- 11:13, 36, 86; 12:20–1; 13:36, 52
- Association des télédiffuseurs éducatifs du Canada (ATEC), 5:139; 7:54
- Canadian Community Newspapers Association (CCNA), 11:41; 17:110, 117
- Repeco-Média, 14:56–8; 16:54

Organismes provinciaux

- Alberta Newspaper Group, 7:36, 50
- British Columbia and Yukon Community Newspaper Association (BCYCNA), 6:68
- Canadian Farm Writers' Federation (CFWF), 9:7
- Saskatchewan Weekly Newspaper Association (S), 8:9
- Western Association of Broadcasters (WAB), 7:1

Ressources

- Période électorale, journaux, 5:67, 70, 90
- PEW Research Centre, 6:52, 56, 162, 166–8, 170
- 8:22; 9:50
- Programmes de vérification, 5:75, 89; 6:59, 69, 1
- 7:33, 38–9; 14:66; 21:19–20

et to amend the Telecommunications Act – Cont'd**Legislative framework – Cont'd**

- Current legislation, considerations, **23:10–12, 24, 26, 42–4, 53, 63, 65**
- Guidelines, benchmarks, **23:18, 21, 28–30, 33–4, 36, 41–2, 49, 51, 66, 69, 76–7**

Act to amend the Telefilm Canada Act and Another Act. See also Bill C-18, An Act to amend the Telefilm Canada Act and Another Act and also Telefilm Canada

- Modernization, terminology, **12:61–5**
- Objectives, **12:44–6, 48–51, 54, 58, 61, 65, 67–9**
- Section 10, **12:51–2**
- Telefilm Canada Act, **12:45–6**

Advertising industry. See also Audience targeting**Concerning regulations**

- Advertising Standards Canada (ASC), **4:108–9; 5:78; 22:37**
- Cabletelevision Advertising Bureau (CAB - USA), **4:108**
- Canadian Cable Telecommunications Association (CCTA), **4:104, 111; 11:53, 95–7; 13:28**
- Consumer protection, prohibitions, **5:86; 7:63; 11:64, 82–4, 92–5; 23:38–9, 48–9, 52, 54, 60**
- 49th Media Inc., **4:104, 111; 11:95–6**

Market approach

- BBM Bureau of Measurement, **9:70–1; 13:39; 14:10; 21:19**
- Brokers, intermediaries, agencies, **4:110, 113; 5:57, 78–80, 82–5, 87–8; 14:56, 58**
- Corporate policy, **1:56, 67; 2:23, 26, 50; 3:48; 4:45, 50; 5:61, 79–87, 162; 6:12, 23–4; 8:50; 9:11; 11:47–8, 83, 97; 14:18, 24, 67; 17:71–2, 77, 111–12**
- Media relations, **4:101–5, 107–8, 112, 115; 5:28–9, 49, 57, 61, 76, 78–9, 85, 110**
- Standards, complaints, **4:108–9, 112–13, 115; 5:83, 87, 113, 121**

Revenues

- Advertising rates, accessibility, **3:51; 5:54–5, 61, 72, 80–1; 6:65; 7:42, 49, 52; 8:12; 9:8, 11; 11:84, 87; 12:21; 13:34; 14:15–16; 15:17; 22:9, 59–60**
- Direct marketing sales, **23:39–40, 63, 67**
- Federal advertising, **3:38; 4:70; 5:56–7, 72, 75–6, 139; 6:61; 7:69; 11:40–1; 14:52, 56–7; 16:48–9**
- National advertising, expenses, **4:102, 114–15**
- Paid advertising, **1:60; 2:35; 4:102–5; 5:18, 110; 6:104; 7:62–3; 9:61; 11:93–5; 13:41; 15:7; 16:57; 17:107, 134–5**

Strategies

- Bilingualism, formats, **5:68; 6:60, 65; 9:35; 14:49; 16:46, 48; 18:27**
- Business development, **2:26, 50, 61; 4:15, 48–9, 104, 106–8, 115; 5:61, 88–9; 7:33, 42; 9:12; 11:75, 93; 14:58; 15:47–9; 17:58, 74–5, 101; 18:43; 23:50–2**
- Consumer appeal, flyers, **1:56, 67; 4:45, 70, 74–5, 110, 114–15; 5:74; 6:28, 31, 59, 98; 7:70; 9:11–12; 11:30, 82, 92–3; 13:34; 15:41, 49–50; 17:68; 18:45, 47; 23:60**
- Content, quality, **1:61; 4:102, 105; 6:64, 68, 110; 7:40–3; 9:61–2; 11:43, 83, 92, 94; 13:21**
- Foreign media, **4:104, 109; 6:104; 11:93, 95–6**

Agences de nouvelles – Suite**Ressources – Suite**

- Reuters, **6:141, 149; 9:58**
- United Press International (UPI), **7:13**

Services professionnels

- Associated Press (AP), **5:102; 6:76; 7:26; 13:44, 60; 15:89; 17:35, 98**
- Canadian Media Research Consortium (CMRC), **6:144, 161, 166–7, 171; 16:34**
- Guilde canadienne des médias, **22:49–50**
- National Media Archive, **4:32**
- Presse Canadienne (PC), **2:54, 63, 65; 3:35, 48; 4:38, 46, 137, 156; 6:10, 25, 30, 80, 113, 117–19, 126, 177, 184, 193, 195; 7:7, 11, 13, 40, 45; 9:50, 52–3, 55; 11:13, 38–40; 12:19, 34; 13:25, 59–61; 14:26; 15:10, 15, 21, 25, 51; 16:33; 17:29, 35, 98; 18:57–9; 19:31; 21:20, 33**

Aide financière. Voir aussi Financement Sous Interventions gouvernementales

- Fonds canadien de télévision (FCT), **4:88–9, 91–2, 96; 5:125, 139–40; 6:84, 86–7, 93; 11:96; 12:45, 60**
- Fonds du Canada pour les magazines (FCM), **6:30–2, 38, 59; 22:11, 13–15, 17–19, 21, 23, 25–7**
- Programme d'aide aux publications (PAP), **3:44, 51; 5:76–7; 6:61–2, 76; 12:26; 14:49; 16:46; 22:11–18, 25, 27**
- Programmes de sensibilisation aux médias
 - Emission éducative, **4:89; 6:33, 39–40**
 - Partenariats, **5:180; 6:40, 50, 101, 106; 12:27; 14:52**
 - Recherche, études, **6:48; 11:14; 22:27**

Alphabétisation, apprentissage aux médias. Voir aussi Choix de publics cibles**Attitude des consommateurs**

- Culture, religion, **1:52; 9:22–3; 11:89; 12:20; 14:69, 71, 73; 15:45, 62–4, 75, 97–8; 19:53; 22:52–3**
- Développement social, **2:22–3; 4:91, 150; 6:165, 173; 7:53, 69–70; 9:14; 12:28, 33; 14:37, 44, 61–2, 73–4; 15:58–9, 71–2, 109–10; 16:8, 14, 24; 17:21–2, 84–5, 111, 114, 132; 18:23, 27; 22:10, 47, 62**
- Participation, **2:20, 58; 4:55, 149, 152; 5:15, 97, 161; 6:49, 108, 172, 191; 7:45–6; 8:14, 17; 11:45; 12:32; 13:56; 14:26–7, 30, 45, 49; 15:40; 16:20–1; 17:10, 16, 88, 123–5, 145, 147**
- Préférences, **1:58, 60, 63; 2:31; 4:32; 5:16; 6:55, 164, 180; 14:31, 37, 46, 74; 15:41, 54, 56, 58, 73; 16:14, 24–6, 39, 43–4; 18:26, 52; 19:30, 34, 39–40; 21:34; 22:31, 55**
- Recherche, statistiques, **2:20, 27; 6:166, 179; 12:36; 13:57; 14:27–8, 31, 35, 37–9, 42, 45–6; 15:31, 102, 104–5; 16:23–4, 28; 19:45; 22:52, 61; 23:56, 58–9, 64**

Communautés rurales

- Community Education Network, **14:29, 39–40, 43**
- Nouvelle Économie Rurale (NER), **14:31**
- Point de vue rural, **17:42, 125–6**
- Structure des communications, **14:26–7, 32, 36, 38, 41–3, 46–7**

Programmes d'enseignement

- Émissions préscolaires, **4:99–100, 107; 5:137; 7:51–3, 58**
- Programme d'études, **2:15–16, 32; 4:150, 155; 5:16; 6:39–40, 56, 93; 7:17, 27, 55; 9:51, 75; 12:32–3; 14:37; 16:9, 21–5, 42; 23:15**

Agreements cited

- Durban Program of Action, 2001, United Nations (U.N.), 4:120
 Geneva Convention, 10:10
 Infrastructure Framework Agreement, 20:38
 Nunavut Land Claims Agreement, 20:11
 Universal Declaration of Human Rights, United Nations (U.N.), 1:26; 6:222

Audience targeting. *See also* Advertising industry and also Media literacy**Audience profile. *See also* Multiculturalism**

- Aboriginal peoples, 4:79; 6:58, 147; 8:32, 65-7; 9:48, 63-7, 70-1, 75-7; 15:63-4
 Ethnic groups, 2:23; 3:21; 4:58, 60, 109; 5:53, 93; 6:72, 116, 128; 8:57-8; 11:29-31, 89; 12:45; 14:48; 15:45-6; 16:26; 17:31-2; 19:24, 42; 21:18
 Language groups, 5:62, 128; 6:161-2, 167; 9:40, 42, 44; 11:83-4, 90; 12:18, 20, 28, 55-7; 13:21; 16:48, 52-3, 58; 17:23, 76, 78; 18:20, 33; 22:11

Circulation

- Audit Bureau of Circulations (ABC), 4:110; 5:89; 7:45; 12:20; 15:49; 19:44
 Centre for Media Studies, 6:21
 Controlled vs. paid, 1:60-3, 65-6, 70; 2:29, 35; 4:41, 46, 63; 5:65, 73; 6:60, 62; 7:37-8, 48; 9:6; 14:67; 15:46, 74; 17:72, 101-2; 22:21
 Data, 2:28; 3:27; 4:63, 110, 137; 5:64, 5, 69; 6:12, 21, 60, 65-6, 70, 72, 77, 125, 161, 214-15; 7:38, 45, 49; 8:29; 9:10, 13, 59, 71; 11:7, 23; 12:18, 25; 13:37, 56, 64; 14:50, 52; 15:58; 16:48; 17:91; 18:9, 31, 33; 19:17, 31, 44, 60; 22:22-3
 Subscriptions, 5:8-9, 12, 15, 75, 122; 6:12, 23, 105, 211, 218; 7:37, 39; 8:13, 41, 43; 9:7-9, 12, 38, 43; 14:49-50; 15:48-9, 73, 93; 16:51-2, 54, 57-60; 17:51, 79, 99; 22:12, 15; 23:34

Competition

- Audience share, 2:15; 4:10-12, 24-5, 28, 49, 89-90, 96, 103, 111, 119; 5:15, 48-9; 6:36, 84-5, 91-4, 118, 184, 212; 7:52, 61-3; 8:34; 11:53-5, 57, 77; 12:44; 13:7; 14:10; 17:115; 18:12
 Foreign market, 2:8-9, 12, 19, 70; 3:21; 4:9-10, 13, 21, 51, 53, 66, 171, 174; 5:23, 143; 6:27, 109, 208; 11:87, 93-6; 12:22, 31, 55-6; 13:8, 36, 54, 57, 65; 15:109; 16:25; 19:31; 21:28-9
 Fragmentation, 4:113-14, 137; 5:18-19, 90, 128, 140; 6:59, 101; 8:27; 9:54; 11:11-12, 76-7, 80-1, 87, 89; 13:38-9, 55, 61; 15:34; 17:82; 18:37
 Local coverage, 4:17, 50, 148; 5:14, 18-19, 22, 54-5, 90-1, 153-4; 6:67, 70, 82, 153, 167; 7:35, 46, 53, 62; 8:7, 37, 40; 11:31, 81-2; 13:25-6, 40; 14:5, 16, 45; 15:107; 18:20, 22-3, 49; 22:51
 Telecommunications, 23:11, 18-19, 28, 31-2, 37-9, 41-2, 50-2, 55, 60, 63-4, 66-7, 72-3

Readership, viewers

- Broadcasts, 1:56; 4:31, 92, 169; 5:148; 14:30-3, 35, 37; 15:17, 22-3, 25, 50, 81, 107-8, 110; 16:31-3, 64; 17:81, 85, 87-9; 18:51; 21:11-13, 18-19, 27, 29; 22:35, 42, 57, 60

Alphabétisation, apprentissage aux médias -- *Suite***Programmes d'enseignement -- *Suite***

- Ressources, 1:47, 49, 58; 2:22-3, 25, 58; 4:93, 126, 4; 5:141-2; 6:83; 7:46-7; 8:48-9; 11:24-5; 12:31, 3; 14:29-30, 38-9, 49-50; 15:8, 43-4, 101; 16:51; 17:18:27, 55, 59
 Services de bibliothèques publiques, 6:143-4; 8:49; 14:39, 61
 Technologie, mise en œuvre, 1:57; 2:22, 31; 5:162; 7:57-9; 12:33; 14:29, 36; 16:42

Ressources, autorité

- Bénévolat, gouvernance, 14:46-7; 15:102-4
 Contenu, vérification, 1:69; 6:53-5, 162-5; 16:42-4; 17:24-6, 82
 Déclaration des droits des donateurs, 23:63
 Influence de société, 1:50; 2:21; 11:90; 17:52, 143; 18:13-14
 Marketing direct, droits, 23:11-13, 18-24, 27, 29, 35, 37-8, 40, 54-6, 59-60, 62-3, 69-71

Sources d'information

- Actualité nationale et étrangère, 3:24; 11:23-5; 12:15:91, 108; 17:30; 19:51-3; 21:20
 Désinformation, partialité, 15:61-7, 70-2, 74; 17:218:17, 22-3; 22:38-9, 42, 52, 61-2
 Livres, périodiques, 1:56, 61; 16:25
 Réseaux américains, publications, 2:11-12; 15:101, 22:11
 Tendances, 2:67-8; 5:11-12, 14, 35, 163; 6:18, 45-104, 116, 169, 173, 217-18, 220; 8:32; 11:24, 86; 14:31, 54; 15:11, 32, 51, 96; 17:20, 25, 41, 44, 98, 119, 136; 18:38; 19:14, 18

Association canadienne des journalistes

- Journalisme, responsabilité, 6:27-9, 31, 41-2; 8:21-2; 12, 14, 16, 18, 29
 Membres

- Conférence nationale, 15:7, 30-1; 18:25
 Listserv, 6:30, 32-4, 42-3
 Représentation, honoraires, 9:80; 15:8, 18, 31, 57
 Sections régionales, 6:26, 34; 15:6, 8, 19, 30-1
 Politiques, éthique, 6:181, 191, 195; 15:13, 26-8, 31; 17:20
 Radiodiffuseur privé, rôle, 15:9-12, 14-16, 19-24, 30

Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR)

- Diversité culturelle, 6:50; 9:65, 73; 11:72-3, 77, 88-9
 Études et recherche, 4:76; 11:72-3, 76, 78, 88-9, 93; 17:20
 Membres, 7:10; 11:84-6, 90; 13:28; 22:33
 Règlements et éthique, 11:82-3, 86-7, 92, 98; 13:76; 22:9, 35, 43
 Système canadien de radiodiffusion, inquiétudes, 4:7; 17:71, 74-6, 79-81, 85, 91, 94-7, 99; 15:13

Broadcast News. *Voir* Canadian Press *Sous* Services professionnels *Sous* Agences de nouvelles**Brunswick News Inc. (BNI)****Fonctionnement**

- Acadian Broadcasting Ltd., 18:35
 Acquisitions, société de portefeuille, 3:42-3; 17:568, 95, 143-4; 18:35, 39-42, 44-6
 Contrats, dotation, 17:59-60, 144; 18:40-1, 43, 51, 60

Audience targeting – Cont'd**Readership, viewers – Cont'd**

Community newspapers, **2:62; 3:40, 49; 4:43; 6:65, 111; 7:32–4; 13:55, 75; 14:50, 53; 15:33; 16:10, 48, 56, 61, 68; 17:8, 12, 51, 68–9, 75, 98, 101, 130; 18:16, 25, 35, 60; 21:30**
 Media, alternatives, **4:56; 6:75–6, 96–7, 104, 117, 119–20, 124, 139; 8:27, 29; 13:34, 36–8, 58; 15:37, 52, 69, 79, 92–4; 17:15, 26, 40, 42, 48, 111; 18:38; 19:40, 60; 22:22, 43**
 Periodicals, **22:8–10, 12, 14–17, 19, 21–2, 26**
 Trends, **4:151; 6:59, 100, 116, 169, 183; 7:38–9; 8:17; 9:43; 11:23–4; 12:32, 42; 13:6, 45, 54, 56–7, 66–7; 14:15–16; 15:43; 16:8, 14, 28, 30, 35, 39–40, 43–4; 18:45; 19:17–18, 24, 51**

Youth

Advertising appeal, **4:109; 6:28; 7:63; 11:64, 82–4; 19:18**
 Media analysis, **5:21; 6:162–3, 165, 172–3, 180, 215, 220; 7:8; 13:56; 15:30; 16:8, 23–4, 28; 17:93; 19:45**
 Program classification system, **7:63; 11:64, 82–4; 22:31, 41–4**
 Social integration, values, **2:7, 14; 4:150, 156; 5:34–5, 135, 137, 159; 6:23, 40, 44–5, 78, 127–8, 211; 9:76; 12:30–2; 14:35, 60–2, 71; 16:17–18; 17:31, 94**

Aviation industry**Airlines, manufacturers**

Air Canada, **10:13, 15–16, 19, 21–8, 41, 50**
 Boeing, **10:50**
 Bombardier, **10:12, 21, 42, 50–1**
 Foreign-owned, **10:14–15, 22, 29, 31, 40, 50**
 WestJet, **10:21, 42**

Bankruptcies

Court decisions, contracts, **10:13, 27–9**
 Recoveries, seizure, **10:9, 11, 15, 18–20, 41, 50**
 Registration, concerns, **10:19, 48–9**
 Securities, assets, **10:15–17, 20–1, 23, 29, 36, 40–2**

Financing. See also Export credit agency Under Export Development Canada (EDC)

Consumers, benefits, **10:25–7, 31, 51**
 Credit arrangements, jurisdictions, **10:9–13, 20–1, 23–4, 27–9, 31, 36, 47–8, 52**
 Fiscal policy, strategies, **10:15, 25, 28, 35, 38**
 International market, **10:9, 11–14, 18, 22, 25, 27, 29, 34–5, 49**

Professional organizations

International Air Transport Association (IATA), **10:34, 53–4**
 International Civil Aviation Organization (ICAO), **10:35, 37**
 International Institute for the Unification of Private Law (UNIDROIT), **10:35, 52–3**
 Registry services cited, **10:46–7**

Brunswick News Inc. (BNI) -- Suite**Fonctionnement -- Suite**

Développement de l'entreprise, **3:52; 17:64, 79–80; 18:34, 45, 47, 51–3, 57–8**
 Marketing, **17:91–2, 98, 101, 123–4, 133; 18:38, 40–3, 46, 48–50, 55–60**
 Initiatives locales, **18:36–7, 39, 49–50, 57**
 Journalisme, normes, **18:36, 38–9, 41, 52, 54–6**

CanWest Global Communications Corporation. Voir aussi**CanWest Sous Journaux**

Documentation à fournir au comité sénatorial, **13:79–80**

Fusion

Canadian News Desk (CND), **13:42–6, 50, 59–60, 73**
 CanWest News Service (CNS), **9:45, 50, 54; 13:42, 50, 70, 72**
 Filiales, partenariats, **4:80; 8:14; 13:32, 37, 41–4, 47, 49–51, 58–9, 61, 63, 77, 80**
 Global Television, **2:12; 3:40; 4:18, 31, 67, 69, 126; 7:18; 8:8, 10, 34, 44; 9:73; 13:32, 39–41, 44, 57–8, 62–3, 74, 77; 22:32**
 Southam News, **2:66; 3:7; 4:42–3, 45; 6:35, 118, 124, 197; 8:29; 9:45–7, 50, 58–9; 13:14, 43, 50, 70–2; 16:13–14; 17:36, 120**

Polémique

Axe de la publicité, **6:104**
 Contrats, **6:29, 43, 152; 11:15–16, 20; 13:68–71; 17:63**
 Culture de l'organisation, **5:105; 6:32, 34, 42, 108, 121, 131, 152, 157–8, 195, 214, 221; 8:33; 9:45, 49–50; 11:8; 13:31–3, 45, 48, 59–62, 77; 15:77; 17:35, 119**
 Discrimination, **6:140–2, 144–6, 148; 8:55, 59**
 Influence politique, **6:99, 110; 13:53**

Propriété multimédia

Approche marché, **1:58; 2:46–7; 4:38–9; 6:9–11, 19, 35, 42, 64, 96, 107; 7:44; 8:26, 39; 13:39–41, 43–4, 46, 48, 67, 78–9; 15:42; 17:51, 55, 137; 18:46; 19:36**
 Concurrence, **5:10, 25, 105, 124; 6:27, 98; 7:49; 9:47–8, 55; 11:7; 13:34, 45, 54–5, 63–5; 19:31, 39**
 Décisions à propos des permis, **2:38–9; 4:11; 13:35, 47–8, 66**
 Gestion financière, **13:37–8, 67, 69, 71, 78**
 Statistiques, recherche, **13:36–7, 53, 56**

Stratégies des affaires

Fonds pour des études en journalisme, **6:135; 9:51; 13:67–8, 73**
 Journal axé sur les jeunes, **6:173–4; 13:37, 46, 49, 55, 67, 80**
 Point de vue canadien, **2:25–6, 34; 13:41, 57–9, 62**
 Politiques, contenu, **1:45, 51; 2:72; 3:7; 4:156; 5:96, 98; 6:9, 21, 24–5, 36, 115, 124, 142, 159–60; 8:28; 13:36, 39, 42–4, 50–3, 55, 58, 60, 62, 72–8; 21:22; 22:40, 43**
 Protection de la vie privée, **3:28, 34**

Chambre des communes, Comités permanents

Comité permanent de l'industrie, des ressources naturelles, des sciences et de la technologie, **23:12, 16–17, 50, 61, 64**
 Comité permanent des langues officielles, **9:40**
 Comité permanent du patrimoine canadien
 Industrie cinématographique, **12:52, 56, 62**
 Propriété étrangère, médias et communications, **1:46; 5:130–1; 13:49**

Bill C-3, An Act to amend the Canada Shipping Act, the Canada Shipping Act, 2001, the Canada National Marine Conservation Areas Act and the Oceans Act. *See also* Act to amend the Canada Shipping Act, the Canada Shipping Act, 2001, the Canada National Marine Conservation Areas Act and the Oceans Act

- Clause-by-clause consideration, 20:7, 50-1
- Objectives, 20:30-1
- Observations, 20:49-50

Bill C-4, An Act to implement the convention on International Interests in Mobile Equipment and the Protocol to the Convention on International Interests in Mobile Equipment on Matters Specific to Aircraft Equipment. *See also* International Interests in Mobile Equipment (aircraft equipment) Act

- Clause-by-clause consideration, 10:6
- Definition and interpretation, 10:50, 52-3
- Objectives, 10:10-11, 17, 23-4, 34, 36-8, 41, 52

Bill C-18, An Act to amend the Telefilm Canada Act and Another Act. *See also* Act to amend the Telefilm Canada Act and Another Act and also Telefilm Canada

- Clause-by-clause consideration, 12:6
- Definition clause, 12:61-5
- Validation clause, 12:46, 50

Bill C-37, An Act to amend the Telecommunications Act. *See also* Act to amend the Telecommunications Act

- Clause-by-clause consideration, 23:73-84
- Objectives, discussion, 23:10, 12, 23, 32-5, 39, 40-3, 74-6
- Section 41.6(3), 23:13

Bill S-31, An Act to authorize the construction and maintenance of a bridge over the St. Lawrence River and a bridge over the Beauharnois Canal for the purpose of completing Highway 30. *See also* Highway 30 Completion Bridges Act

- Clause-by-clause consideration, 21:36-7
- Discussion, 20:36-7; 21:36
- Objectives, 20:36-7
- Presentation, criteria, 20:36-9, 42
- Quebec, Minister of Transport, written response, 21:35-6

Broadcast media

Canadian content

- Advertisements, public awareness, 4:111; 5:130; 11:54, 57, 96-7; 13:64; 14:16-17
- Broadcaster, producer, 4:11, 24; 5:63, 93; 6:83-4, 130; 9:18, 30; 11:75, 91; 14:12-13; 21:16; 22:52-3
- Economic impact, 4:24
- Financing, 4:21-2, 173; 5:124; 11:72
- Government role, 1:48; 2:48, 58, 70, 74-5; 5:91; 6:85, 128; 7:58; 11:59-61, 66; 13:8-9

Market approach

- Bundled services, 13:21, 28-30, 66; 14:33, 61
- Diversity, sources, 2:32, 36; 4:12, 15, 17, 28, 34-5, 65; 5:53, 162; 6:129; 7:10; 8:19, 67; 9:22; 11:72, 78, 87-8, 91; 13:7-8, 17, 20, 26-7; 14:17, 45; 18:51; 21:12, 20, 28-9, 33; 22:51, 55-6, 58

Chambre des communes, Comités permanents -- *Suite*

- Comité permanent du patrimoine canadien -- *Suite*
 - Recommandations, discussions, 2:37; 5:139, 142; 6:9:23, 68; 15:78
 - Subventions publiques, industrie de la publicité, 1:4
- Relativement aux transports
 - Comité mixte permanent d'examen de la réglementation, 20:22
 - Comité permanent des comptes publics, 20:18
 - Comité permanent des transports, 20:26-8

Charte canadienne des droits et libertés

À propos des droits

- Droits à l'égalité, 1:23; 4:64, 71; 13:16
- Droits démocratiques, 1:26, 50; 4:130; 5:24; 6:51; 9:49, 51; 11:18; 13:75; 14:61-2, 73; 15:66; 17:16, 3, 142
- Liberté de la presse, 1:23, 43, 69; 2:48; 3:16; 4:47, 142, 157-61, 164, 167, 169-70; 5:27, 148, 164; 6:52, 103, 186, 191, 196; 7:5, 7, 20, 30, 43; 9:52; 11:14, 20, 50; 13:45, 56, 74-5; 14:9; 15:7, 35, 61; 17:90, 144; 18:52; 19:34, 56-7, 60; 22:44
- Liberté d'expression, 2:33; 4:23, 33, 119, 161; 5:34; 6:32-3, 117-18; 9:52; 11:8, 36-7; 15:76; 16:67; 17:139; 22:31; 23:11, 43-4

- Commission des droits de la personne, 11:9, 14; 14:71
- Constitution canadienne, 2:33; 5:64; 6:54, 186; 9:77
- Modèle étranger, Constitution américaine, 5:148; 11:3

Choix de publics cibles. *Voir aussi* Alphabétisation, apprentissage aux médias et aussi Industrie de la publicité

Concurrence

- Enjeux locaux, 4:17, 50, 148; 5:14, 18-19, 22, 54-1, 153-4; 6:67, 70, 82, 153, 167; 7:35, 46, 53, 62; 37, 40; 11:31, 81-2; 13:25-6, 40; 14:5, 16, 45; 15:18:20, 22-3, 49; 22:51
- Fragmentation, 4:113-14, 137; 5:18-19, 90, 128, 6:59, 101; 8:27; 9:54; 11:11-12, 76-7, 80-1, 87, 8; 13:38-9, 55, 61; 15:34; 17:82; 18:37
- Marché étranger, 2:8-9, 12, 19, 70; 3:21; 4:9-10, 51, 53, 66, 171, 174; 5:23, 143; 6:27, 109, 208; 11:93-6; 12:22, 31, 55-6; 13:8, 36, 54, 57, 65; 15:10; 16:25; 19:31; 21:28-9
- Part d'auditoire, 2:15; 4:10-12, 24-5, 28, 49, 89-5; 103, 111, 119; 5:15, 48-9; 6:36, 84-5, 91-4, 118, 212; 7:52, 61-3; 8:34; 11:53-5, 57, 77; 12:44; 13:14:10; 17:115; 18:12
- Télécommunications, 23:11, 18-19, 28, 31-2, 37-2, 50-2, 55, 60, 63-4, 66-7, 72-3

Jeunesse

- Analyse des médias, 5:21; 6:162-3, 165, 172-4, 1215, 220; 7:8; 13:56; 15:30; 16:8, 23-4, 28; 17:9; 18:24
- Attrait publicitaire, 4:109; 6:28; 7:63; 11:64, 82-4
- Intégration sociale, valeurs, 2:7, 14; 4:150, 156; 5:135, 137, 159; 6:23, 40, 44-5, 78, 127-8, 211; 9:7; 12:30-2; 14:35, 60-2, 71; 16:17-18; 17:31, 94
- Système de classification des émissions, 7:63; 11:4; 22:31, 41-4

Broadcast media – Cont'd**Market approach – Cont'd**

Trends, 2:6; 3:50; 4:31, 55, 171; 5:62; 11:71, 73–6, 79–82, 87, 90, 98–9; 13:9, 15, 21, 25, 36; 14:22, 60; 15:22–3, 110; 16:64; 17:21, 86–7, 89; 18:6, 51; 21:24, 28, 30

Private stations

Cable television, satellite, 6:153–4; 8:39–40, 44, 47; 9:24; 11:51, 68; 13:18–19; 14:29–30, 41; 15:98; 18:48; 19:20, 22
Community radio, television, 5:61; 6:130–1, 215; 8:42, 59; 9:29; 13:62–6; 14:13–14, 21, 30–4, 36–7, 44; 15:80–1; 16:29–32; 18:19–20; 22:36, 38
Competitiveness, 2:11; 4:13, 16, 18; 5:135, 152–3; 6:144; 7:9; 9:30–1; 11:73, 85; 13:30; 14:43; 15:9–11, 20, 105–7; 21:33; 22:53
Local news coverage, 2:9; 4:8; 9:28; 11:81–2; 13:7, 11–12; 14:35, 40, 45; 15:17, 21–3, 106–7, 109; 18:26; 21:23, 28, 30; 22:56–7

Programming

Cultural, 4:117–19, 154; 5:35–6, 53, 58, 132, 141, 145, 178; 6:154, 202–3, 205, 207, 209; 8:65–7; 9:16–18, 28, 33, 40–1, 63, 66, 68, 77; 11:62, 72–3, 77, 88–9; 18:7, 12
Deaf and hearing impaired, 4:64–6, 68–70
Open-line forum, 4:30–1; 5:20, 152; 6:36, 209; 8:59; 13:25; 14:21; 15:106–9; 17:87; 18:12; 22:35, 45
Prime time, 2:15–16, 20–1, 70; 3:7; 4:90, 112, 148; 5:42; 6:21, 132, 206; 7:62; 9:17; 11:94; 13:38; 14:8, 71; 15:106; 21:16, 19; 22:31

Regulations. See also Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC)

Assignment of frequencies, transmissions, 5:55, 57, 60, 63, 185; 6:139, 144; 8:43–6; 9:69–70; 13:66; 14:14, 30, 34–5, 43; 22:62–3
Community broadcasting, 3:48; 5:55; 6:47, 57, 129, 132–4, 138, 146, 149–50, 158–9; 9:28; 11:52, 65, 67; 13:26; 14:32–3, 36, 40; 15:19, 24–5; 17:86; 18:11–12, 17
Competition policy, 2:31; 5:55; 6:132, 197; 11:57–8, 62–3, 73, 86–7; 13:8–9, 13–15, 20–4, 30, 45–6, 48–9, 63; 14:7, 33–4; 19:23–4, 46
Educational content, 4:85–7, 89–90, 93–4, 99–101; 5:131, 137–8, 142; 6:82–4, 91; 7:54–7; 9:29; 12:57–8; 14:62; 22:41
Public administration, 2:33; 4:163; 6:47, 144; 8:34–5; 11:74, 85–6, 92; 13:7, 9, 11, 13–15, 29, 35; 14:39; 15:11–13, 25, 79–80; 22:39, 44, 49, 63

Broadcast News. See Canadian Press Under Professional services Under News services**Broadcasting companies. See also Local television stations****Canadian ownership**

Astral Media, 5:61, 80, 88, 125, 153–4; 7:14; 13:26; 15:14
Bell Canada Enterprises (BCE), 2:38, 73; 4:11, 21, 162, 171; 5:10, 105, 124; 8:33; 9:74, 76–7; 11:53, 68, 70; 12:61; 14:17, 23; 15:42; 16:65; 18:14; 19:33, 35–6, 38, 46, 62–3; 21:9, 11, 14–15, 19, 22, 26; 23:15
Corus Entertainment, 5:81, 147–8, 153, 155, 160; 7:14; 11:60, 64, 66, 70

Choix de publics cibles – Suite**Lectorat, téléspectateurs**

Émissions, 1:56; 4:31, 92, 169; 5:148; 14:30–3, 35, 37; 15:17, 22–3, 25, 50, 81, 107–8, 110; 16:31–3, 64; 17:81, 85, 87–9; 18:51; 21:11–13, 18–19, 27, 29; 22:35, 42, 57, 60
Journaux communautaires, 2:62; 3:40, 49; 4:43; 6:65, 111; 7:32–4; 13:55, 75; 14:50, 53; 15:33; 16:10, 48, 56, 61, 68; 17:8, 12, 51, 68–9, 75, 98, 101, 130; 18:16, 25, 35, 60; 21:30
Médias, solutions de rechange, 4:56; 6:75–6, 96–7, 104, 117, 119–20, 124, 139; 8:27, 29; 13:34, 36–8, 58; 15:37, 52, 69, 79, 92–4; 17:15, 26, 40, 42, 48, 111; 18:38; 19:40, 60; 22:22, 43
Périodiques, 22:8–10, 12, 14–17, 19, 21–2, 26
Tendances, 4:151; 6:59, 100, 116, 169, 183; 7:38–9; 8:17; 9:43; 11:23–4; 12:32, 42; 13:6, 45, 54, 56–7, 66–7; 14:15–16; 15:43; 16:8, 14, 28, 30, 35, 39–40, 43–4; 18:45; 19:17–18, 24, 51

Profil de l'audience. Voir aussi Multiculturalisme

Autochtones, 4:79; 6:58, 147; 8:32, 65–7; 9:48, 63–7, 70–1, 75–7; 15:63–4
Groupes ethniques, 2:23; 3:21; 4:58, 60, 109; 5:53, 93; 6:72, 116, 128; 8:57–8; 11:29–31, 89; 12:45; 14:48; 15:45–6; 16:26; 17:31–2; 19:24, 42; 21:18
Groupes linguistiques, 5:62, 128; 6:161–2, 167; 9:40, 42, 44; 11:83–4, 90; 12:18, 20, 28, 55–7; 13:21; 16:48, 52–3, 58; 17:23, 76, 78; 18:20, 33; 22:11

Tirage

Abonnements, 5:8–9, 12, 15, 75, 122; 6:12, 23, 105, 211, 218; 7:37, 39; 8:13, 41, 43; 9:7–9, 12, 38, 43; 14:49–50; 15:48–9, 73, 93; 16:51–2, 54, 57–60; 17:51, 79, 99; 22:12, 15; 23:34
Audit Bureau of Circulations (ABC), 4:110; 5:89; 7:45; 12:20; 15:49; 19:44
Centre for Media Studies, 6:21
Données, 2:28; 3:27; 4:63, 110, 137; 5:64–5, 69; 6:12, 21, 60, 65–6, 70, 72, 77, 125, 161, 214–15; 7:38, 45, 49; 8:29; 9:10, 13, 59, 71; 11:7, 23; 12:18, 25; 13:37, 56, 64; 14:50, 52; 15:58; 16:48; 17:91; 18:9, 31, 33; 19:17, 31, 44, 60; 22:22–3
Réglementé comparativement à payé, 1:60–3, 65–6, 70; 2:29, 35; 4:41, 46, 63; 5:65, 73; 6:60, 62; 7:37–8, 48; 9:6; 14:67; 15:46, 74; 17:72, 101–2; 22:21

Chronicle-Herald, The**Concurrence, 15:37–9****Opérations commerciales**

Commandites, 15:44
Couverture de l'actualité, stratégies, 15:33–4, 40–3, 45, 47, 51, 56, 75; 16:30, 50
Gestion, développement de l'entreprise, 15:12, 32–3, 35–6, 38–40, 46–50, 53–4
Méthode de dotation, 15:6, 27–8, 45–6, 53
Quotidien provincial
Contenu, reportages locaux, 15:9, 13, 32, 34, 38, 44, 51, 63, 78–9, 100; 16:61, 63
Distribution, tirage, 15:33, 43–4, 46–9, 92; 17:27
Rôle, mandat, 15:41–3, 45, 48, 56

Broadcasting companies – Cont'dCanadian ownership – *Cont'd*

Quebecor, 2:17–18, 38, 40, 42, 47, 75; 5:9, 25, 37–49, 51, 81, 88–9, 107, 109, 112–13, 120, 124, 130, 146, 148, 9, 152, 158, 181, 186; 7:36, 44, 49; 12:35; 13:10, 36, 46; 17:92, 97, 101
 Rogers, 2:38; 3:30; 4:11, 68–9, 94, 111, 171; 5:124, 163; 6:86, 158; 11:70; 13:67; 14:32–4; 15:19; 18:47

CTVglobemedia. *See also* CTV News

ATV, 4:16; 14:12, 23; 15:9, 78, 82–3, 85, 108–9; 17:49; 21:16, 27
 BCTV, 4:13, 113; 6:21–2, 35, 90–1, 112, 175; 7:9; 21:15
 CFTO, 2:11; 3:30; 4:8
 CHAN-TV, 4:8
 CHUM, 3:30; 4:11; 7:9–10, 13–14, 51, 57, 59; 11:73; 13:26, 46–7, 65; 15:14; 21:25

Foreign owned companies

Cable News Network (CNN), 1:47; 2:7, 11–12, 16, 27; 4:10, 16, 55, 61–2, 111, 167, 174; 6:22; 7:68; 8:39; 9:27; 11:58, 61; 13:65; 14:21; 15:67, 89; 21:24, 29
 CBS Broadcasting Inc., 1:65; 6:188–9; 17:88
 Fox, 1:51, 54; 2:32, 37–8; 4:10, 25, 32, 52, 56, 160, 167–8, 171, 174; 5:11, 18, 20; 9:30; 13:64–5; 19:10
 Public Broadcasting Service (PBS), 4:25, 28, 167–8; 5:140; 7:57, 64; 15:17

Radio

Clear Channel Communications, 1:51, 55–6; 6:38, 137
 National Public Radio (NPR), 22:54

Brunswick News Inc. (BNI)

Journalism, standards, 18:36, 38–9, 41, 52, 54–6

Local initiatives, 18:36–7, 39, 49–50, 57

Operations

Acadian Broadcasting Ltd., 18:35
 Acquisitions, holdings, 3:42–3; 17:56, 65, 68, 95, 143–4; 18:35, 39–42, 44–6
 Business development, 3:52; 17:64, 79–80; 18:34, 45, 47, 51–3, 57–8
 Contracts, staffing, 17:59–60, 144; 18:40–1, 43, 51–4, 58, 60
 Marketing, 17:91–2, 98, 101, 123–4, 133; 18:38, 40–3, 46, 48–50, 55–60

Canadian Association of Broadcasters (CAB)

Canadian broadcasting system, concerns, 4:7; 11:66, 71, 74–6, 79–81, 85, 91, 94–7, 99; 15:13
 Cultural diversity, 6:50; 9:65, 73; 11:72–3, 77, 88–9
 Membership, 7:10; 11:84–6, 90; 13:28; 22:33
 Regulations and ethics, 11:82–3, 86–7, 92, 98; 13:76; 22:28–9, 35, 43
 Studies and research, 4:76; 11:72–3, 76, 78, 88–9, 93; 15:11

Canadian Association of Journalists (CAJ)

Journalism, accountability, 6:27–9, 31, 41–2; 8:21–2; 15:7, 12, 14, 16, 18, 29

Members

Listserv, 6:30, 32–4, 42–3
 National conference, 15:7, 30–1; 18:25
 Provincial chapters, 6:26, 34; 15:6, 8, 19, 30–1
 Representation, fees, 9:80; 15:8, 18, 31, 57
 Policies, ethics, 6:181, 191, 195; 15:13, 26–8, 31; 17:142
 Private broadcaster, role, 15:9–12, 14–16, 19–24, 30

Conférences citées

CCNA 82nd National Convention, 2001, Saskatoon, Saskatchewan, 8:12–13

Coopération mondiale

Conférence mondiale contre le racisme, Organisation Nations Unies (ONU), 4:116, 120
 Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles (UNESCO), 2:22:24

Forum social mondial (FSM), 2002, 5:100
 14e congrès mondial de la Fédération mondiale des sourds, juillet 2003, Montréal, Canada, 4:64

Symposium

Media and the Rwanda Genocide, 13 mars 2004, Ottawa (Université Carleton), Canada, 3:7
 Presse et la réalité autochtone, La, 17 octobre 2003, Québec (Conseil de presse du Québec), Canada, 5:188
 Qui contrôle les médias au Canada? 2003, Montréal (Université McGill) Canada, 4:164

Conseil canadien des normes de la radiotélévision (CCN)

Autoréglementation

Amendes, 22:32
 Comités, jurisprudence, 22:30–1, 37–40
 Décisions officielles, communication, 22:30, 32, 35, 42
 Modèles, 22:34–5
 Procédure de plaintes, 11:64; 13:76; 14:70; 21:22–22:30–2, 34–46

Dotation, 22:38

Mandat

Accès aux lignes directrices, 22:29, 42
 Éthique, normes, 6:51, 54, 207; 22:29, 31–3, 35–6, Radiodiffuseurs privés, surveillance, 4:143; 19:16; 21:14; 22:28–31, 33–4, 37–43, 45–6
 Membres, financement, 22:30, 33, 35–6, 38, 40–1

Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC). Voir aussi Règlements Sous Radiodiffusion

Communications

Conventions de gestion locale, 15:9, 14; 16:62; 19:21:12, 14–15
 Développement de marchés, 2:10; 5:43; 9:27; 11:575; 12:60; 13:21, 47, 65–6; 14:16; 15:20; 16:30; 17:21:13, 23
 Financement, 4:91–2, 96; 5:125, 140; 12:60
 Politiques, avis public, 2:76; 3:45; 4:111; 5:48, 12, 149–51, 157, 162; 6:19, 133–4; 8:34; 9:33, 67; 11:13:9; 17:91; 21:26, 30; 22:29–30, 33; 23:35, 49, 50
 Conditions imposées. *Voir aussi* Gestion Sous Loi sur la radiodiffusion

La Loi sur les télécommunications

Amendes, honoraires, révocation du permis, 2:75–4:21–2; 5:38, 185; 11:83; 13:19; 15:24–5; 23:10, 2, 29–33, 35–6, 46, 48–9
 CHOI Radio, 2:23; 4:26; 5:184; 18:17, 19
 Federal Communications Commission (FCC - US), 2:30; 4:158; 14:17; 19:11; 22:35; 23:31, 51–2, 66, 2, 77
 Marketing direct, 23:10–13, 16, 26–8, 30–3, 35–7, 42–3, 45–6, 49, 51–5, 57

Canadian Broadcast Standards Council (CBSC)**Mandate**

Access to guidelines, 22:29, 42
 Ethics, standards, 6:51, 54, 207; 22:29, 31-3, 35-6, 42
 Private broadcasters, monitoring, 4:143; 19:16; 21:14;
 22:28-31, 33-4, 37-43, 45-6

Membership, funding, 22:30, 33, 35-6, 38, 40-1**Self-regulation**

Complaints procedure, 11:64; 13:76; 14:70; 21:22, 3, 34;
 22:30-2, 34-46
 Financial penalties, 22:32
 Models, 22:34-5
 Official decisions, publication, 22:30, 32, 35, 39, 42
 Panels, jurisprudence, 22:30-1, 37-40

Staffing, 22:38**Canadian Broadcasting Corporation (CBC)****Competition**

Foreign market, 2:19, 33; 4:21, 62, 67, 168-9, 174; 9:18;
 11:91; 13:30; 15:90; 16:63-4; 22:52
 Independent stations, 4:19-21, 78, 80, 85, 105, 153;
 5:127; 6:21, 36-7, 91, 112; 7:9; 9:14, 22, 29, 36; 11:80,
 90; 13:63-5; 14:8, 10-11, 24; 15:9-11, 23, 81-2; 17:119;
 21:10, 24, 27; 22:53, 58
 News bureau, staff, 2:54-5, 57; 3:12, 30, 41; 4:19, 59,
 78, 81-4; 5:125; 6:18; 8:24, 32, 61, 65; 11:22; 17:13, 15,
 20, 54, 129; 22:53
 Partnership agreements, 5:49-50, 110, 112, 119-21, 136-
 7; 9:15-18, 74-5; 12:34-7; 13:10, 19-20, 29; 16:31, 34;
 17:39, 139-40; 19:37; 21:13

Controversy

Content, reporting bias, 2:49; 4:27, 31-3, 36; 5:104, 154;
 6:35; 8:33-4, 56; 9:32, 82; 14:70-2; 15:63, 99; 16:15,
 30-1; 17:88; 22:36, 49-53, 55-6, 58-62
 Corporate image, 2:11-12, 32, 43-4; 4:27, 103; 5:127,
 129-30; 6:216; 13:22; 14:24-5; 15:82, 91; 16:63; 20:50,
 54
 Management, staffing, 2:25; 4:154-5; 5:120, 128, 158;
 6:188; 9:25-6, 73; 15:25, 59, 78-80, 87; 17:41, 80-2;
 22:48, 54, 56
 Political influence, 4:23-4, 28, 31, 92; 5:103; 15:84;
 22:50, 58-60
 Regional diversity, 4:30-1, 172; 6:144; 7:32; 8:15, 35,
 48; 9:20-1, 23-6, 28, 34; 15:77-8, 80-1, 83, 86, 98, 106;
 17:40-1, 49, 53, 88, 103, 137; 18:26-7; 21:25; 22:55-8,
 60, 62-3

Funding

Advertising revenue, budget, 4:12, 20, 103-5; 9:20-2,
 24-5; 12:36; 14:24; 15:90; 16:47; 22:24, 59
 Broadcasting, models, 15:78, 85-6, 90; 16:31-2, 35, 38;
 22:54
 Government policy, 1:41, 46, 48, 69; 2:10-11; 4:22, 3,
 28, 88, 173-4; 5:104, 124, 126-8; 6:12; 8:47; 9:20, 23;
 12:58; 15:35, 37, 83-4, 90-1; 16:31, 37-8, 62-3; 21:25;
 22:50-1
 International affairs reporting, 6:39
 Private sector, role, 2:24-5; 4:13-14, 22-3, 91-2, 105;
 6:37, 87; 7:35; 9:36-7; 11:90-1; 12:37; 13:11; 14:20,
 25; 15:52, 78-9, 81, 84-5, 89-90; 17:116, 146-8; 18:18-
 19; 19:55-6; 21:16

**Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications
canadiennes (CRTC) -- Suite****Conditions imposées -- Suite**

RAI, radio Al-Jazeera, 1:29, 51; 2:12, 30, 74; 3:48; 4:10,
 14, 26-7, 53, 56; 5:18, 20, 36, 92; 11:61; 13:15-16;
 19:23

Licence de diffusion

Indépendantes, chaînes spécialisées, 4:13-17, 20, 105-6;
 6:149, 152, 205; 8:66-7; 9:63-4, 77; 11:61; 13:12-13,
 22, 24, 35, 63-5; 14:14, 34; 15:12, 19, 24; 16:30; 18:12;
 21:33

Processus de demande, 1:53; 2:8, 17, 71; 4:152; 5:126,
 152, 155; 6:32, 96, 138-9; 7:9; 9:53; 11:16-17, 63, 70,
 88, 95-7; 13:64; 14:10-11

Radiodiffuseur d'émissions religieuses, 4:24-5, 28; 14:14

Renouvellement du permis, 2:74-5; 4:25; 7:63-4; 9:67-
 8, 70, 72; 11:83-4; 14:8, 33; 15:24; 21:12, 22-4, 27;
 22:33, 38, 40-1

Sociétés étrangères, 4:10, 29, 109; 5:124; 6:204, 207;
 9:30, 53; 11:87; 13:15, 35; 21:12, 14, 26

Règlements. Voir aussi Interventions gouvernementales

Plan d'activités, 1:45; 2:46, 75; 3:48; 4:12, 55, 160; 5:17,
 20; 6:118; 7:10; 8:41-2; 9:28-30; 11:91-2; 12:39;
 13:10, 14, 28, 35; 14:5-11; 15:23-4; 16:30, 32; 17:92,
 97; 19:61; 21:14

Radiodiffusion par satellite, Internet, 1:30; 2:31, 33;
 4:170; 5:185; 6:208; 9:53, 63, 70; 11:17, 56, 61-2, 82,
 98; 13:26, 40; 14:16

Surveillance, 2:24, 47-8; 4:13, 52, 120, 166, 168; 5:25,
 76, 125, 184; 6:62, 204; 7:26; 11:97-8; 13:7-10, 12-16,
 23-4; 15:13-14, 29-30, 36, 82; 17:27, 86; 18:37; 19:38;
 21:17, 34; 22:34

Télécommunications, 23:10-11, 13-14, 16-17, 20-6, 28-
 33, 35-7, 40-1, 44-9, 53, 55, 58, 60-1, 64, 68, 76

Télévision éducative et communautaire, 4:87-8, 94, 97,
 101; 5:57, 62, 139; 6:90, 130, 150, 158-9; 7:51-2, 54,
 59; 9:67; 11:58; 12:57-8; 14:29, 32-4, 36

Responsabilité

Commissions, nomination, 4:22, 26, 169; 5:51-2; 6:57,
 134; 23:26-9

Mandat, rôle, 1:29-30; 2:30; 4:35, 60, 120, 161, 163,
 167; 5:48, 51, 55; 6:138; 8:42; 9:68; 11:14, 66, 98;
 16:12; 19:16; 22:32-3; 23:13

Opinion prépondérante, censure, 2:39; 4:23, 25-6, 35;
 5:36, 189; 8:55; 9:79; 11:66; 13:16; 22:42

Polémique, plaintes, 1:51; 2:73; 4:32-3, 76, 107, 115;
 5:37, 41, 44, 47, 130-1; 6:134; 11:87; 13:14, 66; 14:60-
 2, 70, 72; 15:78; 21:22, 34; 22:34, 36-7, 42-3, 49;
 23:27-8, 32, 41, 46, 55-6

Radiodiffusion communautaire, 3:45; 5:54, 140; 6:134,
 138; 9:36, 76; 11:72, 77, 88-9; 13:22; 14:43-4; 15:14,
 19, 24

**Conseils de presse. Voir aussi Partenariats, journalistes Sous
Lobbying et représentation****Alberta Press Council**

Bourse d'études, séminaires, 7:5, 8, 16-17, 21, 23, 26

Budget annuel, 7:5, 16-18, 21

Directives, membres, dotation, 7:5, 7, 9-11, 14-18, 22-5,
 27-30

Législation provinciale, inquiétudes, 7:6

Canadian Broadcasting Corporation (CBC) – Cont'd

Programming

Advertising effectiveness, ratings, **4:105, 107; 5:88, 90, 154; 6:175, 216; 9:16–17, 19; 12:35–6; 15:90**
 Ethnic communities, **2:10; 4:27–9, 34, 62, 79; 6:151; 9:25–7, 33–4; 17:103; 18:7, 12, 26**
 News, **2:9–11, 64; 3:6, 40, 48, 50; 4:16–19, 62, 69; 5:24, 98, 127, 132, 181; 6:183; 8:34–5, 39–44, 47–8; 9:23–5, 27, 30; 11:58, 68; 14:16; 15:106, 108; 16:32, 35, 37–41, 63–4; 22:48**
 Programs, **2:6–7, 10, 19, 32, 55, 57; 3:47; 4:13, 29–31, 55, 67, 78, 167, 172; 5:23, 39, 50, 104, 119, 146; 6:45, 216, 219; 9:14–15, 17–19, 22–4; 11:91; 13:22, 29, 39; 14:35; 15:57, 76, 83, 88, 98, 100, 109; 17:31, 89; 19:29; 22:59, 63**
 Public opinion, surveys, **1:46; 2:18; 9:19; 15:82–3, 105–6, 110; 22:53, 55, 60**

Role

Employment opportunities, **4:76, 78, 82, 126, 129–31; 5:167–8; 6:214; 8:6, 10, 18; 15:82, 84; 17:60, 63; 18:18–19; 22:54–7**
 French-language broadcasting, RDI, **5:128, 132, 154; 6:144; 9:14–21, 23–4, 26–8, 30, 32–4; 11:84, 90; 14:57; 18:26**
 Mandate, **2:19; 3:22; 4:8, 19, 23, 25, 28, 87; 5:126; 6:199; 7:54; 8:28, 35, 42, 47; 9:14–16, 21, 71; 12:52, 58; 13:33, 35; 14:25–6; 15:79, 82, 90–1; 16:63; 17:116; 21:25; 22:38, 51–2, 58, 60**
 National identity, **1:55–6; 2:19; 4:11, 21–2; 5:14, 91, 128; 6:33, 37, 99, 105, 137; 8:32; 9:22, 36, 64; 11:73; 12:27; 15:81; 16:67; 17:68; 22:48–50, 62–3**
 Ombudsman, **4:132, 143; 5:185; 14:72**

Canadian Charter of Rights and Freedoms

About rights

Democratic rights, **1:26, 50; 4:130; 5:24; 6:51; 8:55; 9:49, 51; 11:18; 13:75; 14:61–2, 73; 15:66; 17:16, 132–3, 142**

Equality rights, **1:23; 4:64, 71; 13:16**

Freedom of expression, **2:33; 4:23, 33, 119, 161; 5:34, 64; 6:32–3, 117–18; 9:52; 11:8, 36–7; 15:76; 16:67; 17:129, 139; 22:31; 23:11, 43–4**

Freedom of the press, **1:23, 43, 69; 2:48; 3:16; 4:47, 135, 142, 157–61, 164, 167, 169–70; 5:27, 148, 164; 6:29, 48, 52, 103, 186, 191, 196; 7:5, 7, 20, 30, 43; 9:52; 11:8–10, 14, 20, 50; 13:45, 56, 74–5; 14:9; 15:7, 35, 61; 17:39, 54, 90, 144; 18:52; 19:34, 56–7, 60; 22:44**

Canadian Constitution, **2:33; 5:64; 6:54, 186; 9:77**

Foreign model, American Constitution, **5:148; 11:37**

Human Rights Commission, **11:9, 14; 14:71**

Canadian Coast Guard (CCG)

Operations

Canadian Coast Guard College, **20:48**

Fisheries and Oceans Canada (DFO), **20:10, 13, 15, 19–21, 23–4, 29–34, 45**

Special Operating Agency (SOA), **20:18, 24, 29, 45**

Policy

Emergency preparedness, **20:47–8, 50**

Lighthouses, **20:48–9**

Marine service fees, **20:14–20, 22, 31–3**

Conseils de presse – Suite

Alberta Press Council – Suite

Responsabilité des médias, **7:11–12, 17–18, 20, 23–27–8, 31, 33, 43, 70**

Autoréglementation

Décisions, publication, **4:134–5, 140, 142–3; 5:179, 189; 6:54, 56–7; 7:7, 11–12, 23–5, 34; 22:39**
 Modèles étrangers, **4:142; 5:186; 6:51; 7:7, 22, 26; 19:15–16**

Ombudsman, conseils, rôle, **4:132–3; 5:185–6; 6:53; 7:7, 9, 17–22, 24–5, 39; 8:53–5; 11:11; 15:34, 39–4; 53–5; 17:124; 18:41; 22:45**

Plaintes, **4:131–6, 139–40, 143–4, 165; 5:39, 47, 89, 178, 181–5, 187–9, 191; 6:50–1, 53, 63, 190; 7:5, 7, 12, 19, 21–2, 25–7, 29, 31–2; 8:53; 9:56, 79; 12:29; 17:131; 19:35, 59**

Conseil de presse de l'Ontario

Composition, **3:29; 4:133, 136–7, 140–1; 8:52; 11:3**

Frais, contributions des journaux, **4:132, 135, 141; 1**

Groupes désignés, membres, **4:140–1; 19:35, 58**

Organization of News Ombudsmen (ONO - USA), **4**

Rapport annuel, politiques, **4:134, 141–2; 5:190**

Conseil de presse du Québec

Bénévoles, **5:182, 192**

Guide de déontologie, documentation, **5:177, 179, 1**

187

Mandat, responsabilisation professionnelle, **5:183–4**

188–92

Participation du public, société civile, **5:184, 187–9**

Procédures, membres, **5:177, 179, 181–3, 186, 188, 191–3; 7:10**

Institution provinciale. *Voir aussi National Ethnic Press and Media Council of Canada (NEPMCC)*

Modes de financement, **5:178–80, 191–2; 6:53, 191**

7:16, 23–4; 8:52–3

Représentation, manque, **5:182, 184; 7:7–8, 12, 34; 14:72–3; 17:62**

Rôle, examen, **4:134–6, 165; 5:190; 7:16–17, 21, 2**

8:33, 52; 9:55–6; 11:9, 38

Convergence du multimédia. Voir aussi Monopolisation médias

Acquisitions

Actionnaires, **1:48; 2:47, 73; 4:13, 103, 146, 165; 57, 62, 115–16, 195; 11:6, 48–9, 67, 69, 98; 13:48**

16:65

Regroupements, **1:43, 49, 54, 57; 2:47; 4:11–12, 1**

162; 5:22, 43, 47, 109; 6:11; 7:43; 9:6, 10, 61; 14:19:37, 62–3; 21:10–11

Restrictions, **1:52–3, 55; 4:37, 60, 162; 5:26, 36, 4**

149; 6:11, 100, 127, 137, 144, 156; 11:56; 13:79; 1

64, 66; 17:41; 18:44, 52; 19:13

Structure de l'entreprise, **2:13; 3:42–3, 45; 4:13; 5**

107–9, 115–22; 6:35, 107, 135; 11:6; 13:5–6, 20; 1

15:77; 17:19, 40; 19:33–4

Touchant les bureaux journalistiques, **2:41–2, 52–**

4:8, 84; 5:23, 73, 111–12, 147, 155–7; 6:18, 175, 8:12, 14, 30; 9:82; 13:72; 14:63–4, 66–9; 15:25–6

16:65; 17:73, 80, 82

Canadian Coast Guard (CCG) – Cont'd**Policy – Cont'd**

Navigation services, responsibilities, **20:10–12, 16, 18, 25, 29–31, 34–6, 45–9**

Restructuring plan, **20:46–9**

Ships

Category, **20:18, 20, 47**

Fee structure, **20:22**

Icebreakers, **20:27, 47–8**

Technology, role, **20:46**

Canadian Heritage

Canada Council for the Arts, **22:16**

Cultural industry, role, **1:42; 5:91, 94; 12:43–4, 57, 59–60, 62–3; 13:40; 14:49, 54; 22:27**

English v. French environment, **12:52–6, 62**

Public funding, criteria, **1:27, 36; 5:76–7; 6:76; 9:6; 12:47–8, 57–8, 60–1; 14:55, 58; 16:47–8, 57–8**

Written information to be supplied to Senate Committee, **12:68–9**

Canadian Radio-television and Telecommunications

Commission (CRTC). See also Regulations Under Broadcast Media

Accountability

Balance of opinion, censorship, **2:39; 4:23, 25–6, 35; 5:36, 189; 8:55; 9:79; 11:66; 13:16; 22:42**

Commissions, appointment, **4:22, 26, 169; 5:51 2; 6:57, 134; 23:26–9**

Community broadcasting, **3:45; 5:54, 140; 6:134, 138;**

9:36, 76; 11:72, 77, 88–9; 13:22; 14:43–4; 15:14, 19, 24

Controversy, complaints, **1:51; 2:73; 4:32–3, 76, 107,**

115; 5:37, 41, 44, 47, 130–1; 6:134; 11:87; 13:14, 66; 14:60–2, 70, 72; 15:78; 21:22, 34; 22:34, 36–7, 42 3, 49; 23:27–8, 32, 41, 46, 55–6

Mandate, role, **1:29–30; 2:30; 4:35, 60, 120, 161, 163,**

167; 5:48, 51, 55; 6:138; 8:42; 9:68; 11:14, 66, 98;

16:12; 19:16; 22:32–3; 23:13

Broadcast licence

Application procedure, **1:53; 2:8, 17, 71; 4:152; 5:126, 152, 155; 6:32, 96, 138–9; 7:9; 9:53; 11:16–17, 63, 70, 88, 95–7; 13:64; 14:10–11**

Foreign companies, **4:10, 29, 109; 5:124; 6:204, 207; 9:30, 53; 11:87; 13:15, 35; 21:12, 14, 26**

Independents, specialty channels, **4:13–17, 20, 105–6; 6:149, 152, 205; 8:66–7; 9:63–4, 77; 11:61; 13:12–13, 22, 24, 35, 63–5; 14:14, 34; 15:12, 19, 24; 16:30; 18:12; 21:33**

Licence renewal, **2:74–5; 4:25; 7:63–4; 9:67–8, 70, 72; 11:83–4; 14:8, 33; 15:24; 21:12, 22–4, 27; 22:33, 38, 40–1**

Religious broadcaster, **4:24–5, 28; 14:13–14**

Communications

Funding, **4:91–2, 96; 5:125, 140; 12:60**

Local management agreements, **15:9, 14; 16:62; 19:61; 21:12, 14–15**

Market development, **2:10; 5:43; 9:27; 11:52, 70, 75; 12:60; 13:21, 47, 65 6; 14:16; 15:20; 16:30; 18:47; 21:13, 23**

Policies, public notice, **2:76; 3:45; 4:111; 5:48, 123, 149–51, 157, 162; 6:19, 133–4; 8:34; 9:33, 67; 11:21; 13:9; 17:91; 21:26, 30; 22:29–30, 33; 23:35, 49, 56, 61**

Convergence du multimédia – Suite**Notions de la convergence**

Contrôle du contenu, **2:20–1, 60–1; 3:23, 46–9; 4:149; 5:96, 103, 153; 6:35, 95, 114, 137, 177; 7:71; 9:45, 78; 14:68; 15:61–2, 65; 16:13; 17:6–9, 14, 52, 104; 18:34; 21:14, 30–1**

Principes, **1:42, 50, 67; 2:13, 17, 19–20, 39; 4:44, 104, 138, 148; 5:8, 25, 82–3; 6:72–3, 117; 9:50; 11:76–8; 12:21; 13:32, 34, 38, 44, 67; 14:18, 22–3; 15:36; 19:8, 36; 21:15, 31**

Programmation, **2:8, 18, 21, 34, 37–8, 47; 3:19–20;**

4:117; 5:23, 33, 47, 121, 133, 137; 11:69; 14:36

Rentabilité, **2:31, 60; 3:45; 4:40, 44, 46, 60, 113, 139;**

5:23, 33, 40–1, 65, 77, 87; 6:29, 139–40, 221–2; 11:77, 80; 13:48–9; 14:11; 21:26

Propriété

Étrangère, **1:43–4, 48, 51–3, 61–2; 2:25, 38, 42, 46, 61, 73–4; 3:40; 4:42, 171, 173; 5:98, 124; 6:19, 119, 127; 7:54; 8:15–16, 29–30; 9:54; 11:22, 34–5, 41, 53, 55, 60, 67–8; 14:12; 17:26**

Identité culturelle, **1:38–9, 42–3, 48–9, 51–2, 56; 2:31, 33, 45, 70; 3:25; 4:16; 5:100, 103; 6:116; 14:23**

Méthodes de financement, **1:41, 46; 2:12, 33; 3:45, 52–3; 4:65, 67, 91, 152; 6:99, 137; 7:34; 11:69, 77; 13:10, 34, 48; 17:117**

Propriétaires de médias divulgués, **4:38, 48, 50, 161;**

5:36, 46, 98; 6:77–9; 7:23; 9:6, 48, 52; 13:5, 27; 15:14; 17:54, 101; 19:19–20, 22

Responsabilité, **3:49; 4:145–6, 149, 165, 170; 5:11, 42, 48–50, 104–6, 114, 123; 6:115, 131, 140, 166; 8:20;**

9:48; 11:21, 43, 69; 12:37; 13:10; 15:61; 17:14–15, 53, 103, 118; 22:32

Secteur privé, répercussions

Entrée sur le marché, **2:60; 4:14, 57, 154, 164, 168; 5:20; 11:76; 17:44, 112; 19:17**

Marché régional, **2:25; 4:157; 5:27; 9:59; 11:74; 13:17, 28, 78; 15:9, 12, 34; 17:11, 15, 73, 95, 103, 105, 114, 134–6; 18:6, 9; 19:32; 21:27**

Participation, **1:58; 2:24, 44, 53–4; 4:47; 5:96, 176; 6:20, 54, 129, 134–6, 138, 143, 145, 158–9, 197, 215, 222; 7:20; 8:22, 31, 33; 17:13, 114, 132; 18:17**

Procédure de traitement des plaintes, **4:132–3, 135, 165–6; 5:150; 6:145, 163; 7:41; 8:59; 9:79; 11:32, 42, 64; 13:76; 14:72, 74; 15:53, 101, 103; 17:72; 18:41; 21:34; 22:43, 45**

Sources d'information

Accessibilité, **5:28; 11:65, 68–9; 15:16; 17:41, 116–17; 19:47; 22:43, 50**

Barrières, inquiétudes, **4:138–9; 5:54, 153–4; 6:97, 126, 137, 144, 157, 183; 7:48; 8:34, 38; 11:17, 71, 74; 15:10–11, 68; 16:62, 66–8; 17:7, 11–12, 20, 22–3, 45, 54, 66, 113, 144, 147**

Couverture nationale, **3:46–7; 4:15, 17, 19; 6:37, 107, 127; 8:14, 41; 15:101, 103; 16:66; 17:7–9, 128**

Médias américains, **2:53; 4:10; 6:38; 15:69; 21:32**

Reportages locaux, **2:63–4, 69; 3:44; 4:9, 16, 27, 48–9; 5:56, 123; 6:60, 64, 132, 146; 8:7, 13, 40; 11:81–2, 85–6; 15:83; 16:15; 17:15, 29; 18:20–2**

Canadian Radio-television and Telecommunications**Commission (CRTC) – *Cont'd***

Conditions imposed. *See also* **Administration Under Act to amend the Telecommunications Act**

CHOI Radio, 2:23; 4:26; 5:184; 18:17, 19

Direct marketing, 23:10–13, 16, 26–8, 30–3, 35–7, 39, 42–3, 45–6, 49, 51–5, 57

Federal Communications Commission (FCC – USA),

2:30; 4:158; 14:17; 19:11; 22:35; 23:31, 51–2, 66–7, 71–2, 77

Fines, fees, licence revocation, 2:75–6; 4:21–2; 5:38,

185; 11:83; 13:19; 15:24–5; 23:10, 12, 21–2, 29–33, 35, 46, 48–9

RAI, Al-Jazeera radio, 1:29, 51; 2:12, 30, 74; 3:48; 4:10, 14, 26–7, 53, 56; 5:18, 20, 36, 92; 11:61; 13:15–16;

19:23

Regulations. *See also* **Government intervention**

Business plan, 1:45; 2:46, 75; 3:48; 4:12, 55, 160; 5:17, 20; 6:118; 7:10; 8:41–2; 9:28–30; 11:91–2; 12:39;

13:10, 14, 28, 35; 14:5–11; 15:23–4; 16:30, 32; 17:92, 97; 19:61; 21:14

Educational and community television, 4:87–8, 94, 97, 101; 5:57, 62, 139; 6:90, 130, 150, 158–9; 7:51–2, 54,

59; 9:67; 11:58; 12:57–8; 14:29, 32–4, 36

Monitoring, 2:24, 47–8; 4:13, 52, 120, 166, 168; 5:25, 76, 125, 184; 6:62, 204; 7:26; 11:97–8; 13:7–10, 12–16,

23–4; 15:13–14, 29–30, 36, 82; 17:27, 86; 18:37; 19:38; 21:17, 34; 22:34

Satellite broadcasting, Internet, 1:30; 2:31, 33; 4:170; 5:185; 6:208; 9:53, 63, 70; 11:17, 56, 61–2, 82, 98;

13:26, 40; 14:16

Telecommunications, 23:10–11, 13–14, 16–17, 20–6, 28, 33, 35–7, 40–1, 44–9, 53, 55, 58, 60–1, 64, 68, 76

CanWest Global Communications Corporation. *See also***CanWest Under Newspapers****Amalgamation**

Canadian News Desk (CND), 13:42–6, 50, 59–60, 73

CanWest News Service (CNS), 9:45, 50, 54; 13:42, 50, 70, 72

Global Television, 2:12; 3:40; 4:18, 31, 67, 69, 126;

7:18; 8:8, 10, 34, 44; 9:73; 13:32, 39–41, 44, 57–8, 62–3, 74, 77; 22:32

Southam News, 2:66; 3:7; 4:42–3, 45; 6:35, 118, 124, 197; 8:29; 9:45–7, 50, 58–9; 13:14, 43, 50, 70–2; 16:13–

14; 17:36, 120

Subsidiaries, partnerships, 4:80; 8:14; 13:32, 37, 41–4, 47, 49–51, 58–9, 61, 63, 77, 80

Business strategies

Canadian perspective, 2:25–6, 34; 13:41, 57–9, 62

Funding for journalism programs, 6:135; 9:51; 13:67–8, 73

Policies, content, 1:45, 51; 2:72; 3:7; 4:156; 5:96, 98; 6:9, 21, 24–5, 36, 115, 124, 142, 159–60; 8:28; 13:36,

39, 42–4, 50–3, 55, 58, 60, 62, 72–8; 21:22; 22:40, 43

Privacy protection, 3:28, 34

Youth-oriented newspaper, 6:173–4; 13:37, 46, 49, 55, 67, 80

Controversy

Advertising approach, 6:104

Contracts, 6:29, 43, 152; 11:15–16, 20; 13:68–71; 17:63

Couverture de l'actualité, reportages**Éthique, pratiques d'affaires**

Commission des valeurs mobilières de l'Ontario (CVMO), 4:38

Conflit d'intérêts, 4:36–7, 39, 44–6; 5:100; 6:28, 153, 188, 190–1; 7:19, 24; 8:50–1; 9:80–1; 15:92; 16:65–

17:7, 33, 45–7, 54–5, 66, 104–5, 108, 141; 18:38

Enquête criminelle, 6:159–60; 13:51; 19:13, 55

Interventions gouvernementales, contrats, 4:163–4; 5:625; 15:16, 27

Securities and Exchange Commission (SEC – USA),

Nouvelles internationales

Comparativement au contenu local, 6:66–7, 137, 139, 209; 8:38; 12:40–1; 13:43, 57; 17:64–5; 18:20, 49;

22:48, 63

Conflits, guerre, 6:140–2, 148–9; 7:20; 15:67, 72–3

Informations chinoises, 6:74, 79–80, 204, 207; 7:67; 16:6–7

Médias américains, 3:14, 21; 5:96–7, 187; 6:109–10, 172, 214; 8:52

Perspective canadienne, 3:6, 20; 4:61, 63; 6:109, 17, 196; 7:67; 8:54; 9:18; 12:18, 22, 24, 41; 13:41, 44, 5

15:16, 65, 89; 16:33; 17:20; 19:32, 52–4; 21:10–11,

Ressources naturelles

Environnement, foresterie, 2:62; 4:8, 146, 150; 5:13; 15:101–5; 17:19, 104, 106, 108–9, 118–19, 131, 139;

18:57

Industrie agro-alimentaire, 9:5, 7; 17:106, 125–6

Industrie pétrolière, 3:49; 6:114; 7:26; 14:63; 17:8–

13–14, 19, 54, 61, 121–2, 142

Pêcheries, 15:61–5, 67

Réchauffement de la planète, tempêtes, 2:49; 15:10,

16:66–7

Santé, droits de la personne

Discrimination, 4:8, 26–7, 77, 116–17, 119, 133–4, 5:19, 33, 50; 6:148; 7:7, 11–12, 15, 21; 8:54, 56–9,

9:79; 11:44; 14:69, 71; 15:44–5, 63, 74–5; 17:31

Pays en développement, aide humanitaire, 3:8, 12–24; 6:157; 7:66, 68; 8:17; 15:34, 40

Sida (syndrome d'immunodéficience acquise), 3:6, 14:60

Vie sociale, éducation, 4:9, 35–6, 147–8, 157; 5:10, 134–5, 163; 6:14, 21–2, 41, 153; 7:62–4; 8:8, 12, 2

14:27, 60; 15:98–100, 102, 108; 16:33–4, 37; 17:7, 5, 132; 19:32, 41, 43; 22:47

Violence, pauvreté, 3:7–8, 14, 20; 4:31, 145, 147–8; 5:153, 181, 190; 6:49, 153, 155; 7:31; 15:21, 44–5

17:38; 19:33, 55

Vie politique

Bureau régional, 2:54–6, 62–3, 68–9; 5:160; 6:14, 36; 13:39–40, 61–2, 72; 15:28; 17:6, 9, 11–13, 18,

32, 86; 19:29–30

Couverture mondialisée, 2:52–3, 56–8; 5:101, 147

Événements politiques cités, 2:64; 4:70–2, 74; 5:1, 151; 15:66–7, 69, 88; 16:33; 17:10, 17, 129; 19:32

Exposé, 2:27, 68–9; 4:32; 5:50–1, 100–1, 115–17, 161; 6:10, 16, 24, 102, 108, 112, 119, 144; 7:68, 7,

26; 9:55; 11:40, 50, 80–1; 13:73–4; 15:16, 62, 102; 16:18; 17:128

Information et participation des électeurs, 2:62–4, 71; 4:9, 33, 72–3, 95; 5:159; 6:20, 70, 143, 202–3; 8:831; 14:12–13; 15:9, 41, 66; 17:6, 25, 128–30

CanWest Global Communications Corporation – Cont'd**Controversy – Cont'd**

Corporate culture, **5:105; 6:32, 34, 42, 108, 121, 131, 152, 157–8, 195, 214, 221; 8:33; 9:45, 49–50; 11:8; 13:31–3, 45, 48, 59–62, 77; 15:77; 17:35, 119**
 Discrimination, **6:140–2, 144–6, 148; 8:55, 59**
 Political influence, **6:99, 110; 13:53**

Cross-media ownership

Competition, **5:10, 25, 105, 124; 6:27, 98; 7:49; 9:47–8, 55; 11:7; 13:34, 45, 54–5, 63–5; 19:31, 39**
 Financial management, **13:37–8, 67, 69, 71, 78**
 Licensing decisions, **2:38–9; 4:11; 13:35, 47–8, 66**
 Market approach, **1:58; 2:46–7; 4:38–9; 6:9–11, 19, 35, 42, 64, 96, 107; 7:44; 8:26, 39; 13:39–41, 43–4, 46, 48, 67, 78–9; 15:42; 17:51, 55, 137; 18:46; 19:36**
 Statistics, research, **13:36–7, 53, 56**

Written information to be supplied to Senate Committee, **13:79–80**

Chronicle-Herald, The**Business operations**

Management, business development, **15:12, 32–3, 35–6, 38–40, 46–50, 53–4**
 News coverage, techniques, **15:33–4, 40–3, 45, 47, 51, 56, 75; 16:30, 50**
 Sponsorship, **15:44**
 Staffing approach, **15:6, 27–8, 45–6, 53**

Competition, 15:37–9**Provincial newspaper**

Content, local features, **15:9, 13, 32, 34, 38, 44, 51, 63, 78–9, 100; 16:61, 63**
 Distribution, circulation, **15:33, 43–4, 46–9, 92; 17:27**
 Role, mandate, **15:41–3, 45, 48, 56**

Cited court decisions

Dagenais v. Canadian Broadcasting Corp. [1994] S.C.R., **19:60–1**
 Genex Communications Inc. v. Attorney General of Canada [2005] F.C.J., **13:24**
 Gilles E. Néron Communications Marketing Inc. v. Chambre des notaires du Québec [2004] S.C.R., **5:190**
 Jacques D'Argy et Richard Thériault v. Her Majesty the Queen (Que.) [2005], **4:23**
 Publishing
 Canadian Newspaper Co. v. Canada (Attorney General) [1988] 2 S.C.R., **19:55**
 R. v. Marshall [1999] S.C.R., **15:63–4, 71**
 Robertson v. Thomson Corp. [2001 O.J. No.3868], **1:45, 50; 4:155; 5:169–70**
 Watson v. Southam Inc, 2000 (ON C.A.), **11:36–7**
 Winkler v. Lower Mainland Publishing Ltd., 2002, BCSC, **4:37, 48**

Cited laws**Ethics**

Alberta, Freedom of Information and Protection of Privacy Act (FOIP Act), **7:46**
 Canada Evidence Act, **5:149**
 Canadian Multiculturalism Act, **4:129; 12:54**
 Privacy Act, **3:28; 6:199–200; 19:54; 23:40**
 Security of Information Act, **4:145; 11:13; 13:52–3**

CTV News. Voir aussi CTVglobemedia Sous Sociétés de radiodiffusion**Gestion**

Budget, financement, **2:11; 21:10–11, 24, 26**
 Bureau journalistique, **2:14, 57; 3:6; 4:59, 148; 7:14; 8:24, 34; 14:20–1; 21:9–11, 16–23, 31–2**
 Concurrence, **2:13; 4:27–8, 52, 67; 5:91; 8:42; 11:73; 13:30, 39, 46, 77; 21:10–11, 13–14, 16–17, 19, 24–5, 27–9, 31–2, 34**
 Objectifs, lignes directrices, **2:38–9; 4:55; 6:199; 7:32, 62; 13:12; 19:37, 46, 61; 21:9, 12–19, 21–3, 26–8, 30–1; 22:40**
 Polémique, plaintes, **4:69, 92, 167; 19:63; 21:25, 34; 22:32, 43, 49**
 Nouvelles nationales, émissions, **2:7; 4:14, 17–18, 22, 36; 11:58; 15:83; 19:38; 21:9–16, 20–1, 23–5, 28, 30, 33; 22:48**
 Partenariats, **5:151; 8:8; 9:32, 73–4; 14:12; 19:33, 37, 47; 21:9–13, 15, 20–1, 31–2**
 Possibilités d'emploi, formation, **2:6; 8:10; 9:74; 21:18, 21, 28–9**

Décisions des tribunaux

Dagenais c. Société Radio-Canada [1994] 3 R.C.S., **19:60–1**
 Édition
 Canadian Newspaper Co. c. Canada (P.G.) [1988] 2 R.C.S., **19:55**
 R. c. Marshall [1999] R.C.S., **15:63–4, 71**
 Robertson c. Thomson Corp. [2001 O.J. No. 3868], **1:45, 50; 4:155; 5:169–70**
 Watson c. Southam Inc., 2000 (ON C.A.), **11:36–7**
 Winkler c. Lower Mainland Publishing Ltd., 2002, BCSC, **4:37, 48**
 Genex Communications Inc. c. Canada (Procureur Général) C.A.F., **13:24**
 Gilles E. Néron Communications Marketing Inc. c. Chambre des notaires du Québec [2004] R.C.S., **5:190**
 Jacques D'Argy et Richard Thériault c. Sa Majesté la Reine (Qc.) [2005], **4:23**

Écoles de journalisme. Voir aussi Connaissances spécialisées Sous Journalistes**Expérience professionnelle**

Emploi à temps-partiel, **7:46; 11:29–30; 13:68; 15:31, 84; 17:39, 95**
 Médias communautaires, **7:45; 8:9; 14:46; 16:18; 17:45, 94; 18:40**
 Milieu rural, **7:47; 8:9; 14:40–2**
 Qualifications, **1:58; 2:67; 3:18, 20; 5:32, 173; 8:6, 10, 25, 65; 9:46, 51; 13:73; 15:68; 16:6–8, 13, 15–22; 22:57**
 Stages, subventions, **2:29–30; 3:8–12, 18; 4:77; 6:73, 213; 7:33, 45–6; 8:6–11, 18, 26, 52; 11:28; 13:73; 15:53; 16:11; 17:44, 95; 18:8, 18–19; 21:28–9**

Formation et ressources

Canadian University Press (CUP), **15:30**
 Financement, **6:167; 7:21; 8:11; 9:51; 11:13, 27; 13:67; 14:40; 16:11, 19; 17:39, 42–4, 47–8, 64, 133, 137; 18:7–8, 12–15, 36, 40**
 Modèles et techniques, **3:22; 5:32; 6:166, 191, 193; 7:20, 47; 8:5–6, 10; 16:20–3, 28; 17:20, 38, 85; 18:14, 25; 21:28**
 Ressources pédagogiques, **6:17, 168, 176, 213; 8:16, 18, 53; 11:25–7; 15:30, 96; 16:22, 42; 17:39; 18:18**

Cited laws – Cont'd

Investment

- Bank Act, **10:37**
- Bankruptcy and Insolvency Act, **10:11, 16, 37, 44–6**
- Bankruptcy Code – U.S.A., **10:9–11, 16–17, 34, 41**
- Export Development Act, **10:8**
- Investment Canada Act, **1:44**

Labour and business

- Companies' Creditors Arrangement Act (CCAA), **10:13, 15–17, 27–8, 37, 41, 44–6**
- Competition Act, **1:42, 48, 52; 6:13–14, 97; 9:6, 10, 12–13, 61; 11:14–16, 21; 13:20; 18:60; 23:54**
- Employment Equity Act, **3:25, 30, 34–5; 4:127–9; 12:54; 19:40**
- Financial Administration Act, **12:67–9**
- Income Tax Act, **11:34–5, 96–7; 15:55; 23:12**

Publishing, media

- Act respecting the Société de télédiffusion du Québec (Télé-Québec Act). *See also* **Télé-Québec, 5:136**
- Act to amend the Radiocommunication Act, **11:59, 63**
- Broadcasting Act, **1:43; 4:7, 9–12, 24, 60, 87–8, 101, 120; 5:55, 93, 148; 6:82–5, 89–90, 149–50, 204; 7:51; 9:67–8; 11:62–3; 13:13, 16, 35, 40; 15:79, 82, 86; 21:13; 22:33, 49–50**
- Copyright Act, **1:45, 50; 5:158, 166–70; 6:43, 147; 11:13, 15–16; 12:64**
- Foreign Publishers Advertising Services Act, **4:56, 106, 138**

Security

- Anti-terrorism Act (ATA), **5:100**
- Canada Transportation Act (CTA), **10:54**
- Criminal Code, **1:53; 15:65**
- Ontario, Personal Property Security Act, **10:12, 48**
- Quebec Civil Code, **10:39, 48**

Conferences cited

- CCNA's 82nd National Convention, 2001, Saskatoon, Saskatchewan, **8:12–13**
- Global cooperation
 - Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions (UNESCO), 2005, **22:24**
 - World Conference Against Racism (WCAR), **4:116, 120**
 - World Social Forum (WSF), 2002, **5:100**
 - 14th World Congress of the World Federation of the Deaf, July 2003, Montreal, Canada, **4:64**

Symposium

- Media and the Rwanda Genocide, March 13, 2004, Ottawa (Carleton University), Canada, **3:7**
- Presse et la réalité autochtone, La, October 17, 2003, Québec City (Press Council of Quebec), Canada, **5:178, 188**
- Who Controls Canada's Media? 2003, Montreal (McGill University), Canada, **4:164**

CTV News. See also CTVglobemedia Under Broadcasting companies

- Employment opportunities, training, **2:6; 8:10; 9:74; 21:18, 21, 28–9**
- Management
 - Budget, financing, **2:11; 21:10–11, 24, 26**

Écoles de journalisme – Suite

Formation et ressources – Suite

- Technologie, rôle, **4:150–1; 5:30; 6:174–5, 218–19; 16:19, 41–2, 44; 17:41–2, 49**

Population étudiante

- Autochtones et minorités visibles, **3:28–9, 37; 5:21; 7:15; 8:16, 61, 64, 66; 9:75; 21:29**
- Étudiants étrangers, **5:32; 6:75; 17:43**
- Profil, diversité, **3:33–5; 5:21, 117, 161; 6:22, 56, 216–18; 7:46; 8:10–11; 11:25; 16:11, 16–19, 26–7; 17:43**
- Programme d'études supérieures, **2:67; 5:30, 32–3, 6:161, 213; 7:30, 47; 8:6–7, 28; 16:20–2; 17:49–50**
- Ratio étudiants-enseignants, **8:18–19**

Universités citées

- Écoles internationales, **7:6; 16:20; 17:46**
- Région centrale, **3:5, 35, 37; 4:121; 5:21–2, 31–2, 7:18; 11:25–7; 15:28; 16:20; 17:46, 92; 18:14**
- Région de l'Atlantique, **3:41, 50; 15:76, 80, 94; 16:19–20, 34, 41; 17:14, 21, 37–9, 42–3, 47–8, 50, 63; 94–5, 110; 18:7, 13–14, 40**
- Région de l'Ouest, **5:32; 6:22, 45, 75, 136, 160–1, 173, 175–6, 179, 192, 215, 221; 7:8, 15, 18, 21, 45; 53; 8:5–7, 9, 11, 16, 19–20, 36, 63–4; 9:80; 11:26**

Éditeurs et professionnels. Voir aussi Journalistes

Développement de l'entreprise

- Concurrence, **1:62; 4:42, 49; 5:65, 108–9; 6:13, 20; 11:19; 14:68; 15:27; 17:67; 18:53; 22:11–12, 19**
- Dotation, **5:42–3; 9:60–1, 82; 14:36, 63, 66–9; 15:17; 109, 123, 126, 136; 18:58; 19:17; 22:55**
- Opinion publique, **4:45, 81; 6:114–15; 7:12, 20, 3; 61; 11:42, 45; 19:58**
- Revenus, charges, **3:52; 9:60; 11:40–1; 22:13**
- Secteur des périodiques, **1:59–60; 4:138; 5:18; 22:18, 27**

Éditeurs cités. *Voir aussi Corporations Sous Journaux*

- Hollinger Inc., **4:37, 39–42, 46, 48; 5:49; 6:9; 7:3; 8:38; 13:36, 50**
- Horizon Publications Inc., **4:38, 40–1, 48; 7:44**
- Irving, **15:9, 14, 60, 67, 77; 17:7–23, 27, 33–5, 38; 43–5, 47–50, 52–61, 63–71, 73, 77–8, 96, 101, 109, 112–14, 118–24, 126, 131–48; 18:5–13, 15–16, 20–4, 26, 32, 38–9, 41, 43–4, 47, 54–5, 57; 21:15**
- Osprey Media, **2:40; 4:41, 139; 9:60; 13:36**
- Thomson Corp., **1:45; 4:43, 166; 5:49; 6:113, 115; 15:77; 17:34, 48, 120; 18:34; 19:33**

Minorités visibles et autochtones

- Associations de producteurs autochtones, **4:79**
- Canadian Diversity Producers Association (CDPA), **128**
- Équité en matière d'emploi, **3:26–34, 36–7, 39; 4:76–83, 96, 117–19, 121–31, 140; 5:117; 6:72; 7:8; 16:27–8**
- Modèles étrangers, **4:77, 131**
- Structure de l'entreprise, représentation, **4:130–1; 6:73, 151, 170, 212; 7:14–15, 22; 8:36, 60–1; 9:7; 14:47; 16:11, 26–7, 60; 18:56; 19:46**

TV News – *Cont'd*Management – *Cont'd*

- Competition, **2:13**; **4:27–8**, **52**, **67**; **5:91**; **8:42**; **11:73**; **13:30**, **39**, **46**, **77**; **21:10–11**, **13–14**, **16–17**, **19**, **24–5**, **27–9**, **31–2**, **34**
 Controversy, complaints, **4:69**, **92**, **167**; **19:63**; **21:25**, **34**; **22:32**, **43**, **49**
 News bureau, **2:14**, **57**; **3:6**; **4:59**, **148**; **7:14**; **8:24**, **34**; **14:20–1**; **21:9–11**, **16–23**, **31–2**
 Objectives, guidelines, **2:38–9**; **4:55**; **6:199**; **7:32**, **62**; **13:12**; **19:37**, **46**, **61**; **21:9**, **12–19**, **21–3**, **26–8**, **30–1**; **22:40**
 National news, programming, **2:7**; **4:14**, **17–18**, **22**, **36**; **11:58**; **15:83**; **19:38**; **21:9–16**, **20–1**, **23–5**, **28**, **30**, **33**; **22:48**
 Partnerships, **5:151**; **8:8**; **9:32**, **73–4**; **14:12**; **19:33**, **37**, **47**; **21:9–13**, **15**, **20–1**, **31–2**

Ethnic press and media

Budget, benefits

- Bankruptcy concerns, **1:26**
 Competition, complaints, **5:75**; **6:203–4**; **16:49**, **53–4**; **18:33**
 Foreign publications, contractual requirements, **1:28**, **35–7**, **59**; **2:23**
 Funding, **1:27–30**, **32–5**, **37–9**; **4:56**, **71–5**, **106**, **110**; **5:57**, **67**; **6:77–8**, **148**; **9:28–9**, **35**, **38**, **41–2**; **14:56–8**; **17:90**, **94**, **99–100**, **141**; **18:16**, **29**
 Retirement pension, **1:38**; **5:172**; **17:100**

Community news services

- Information dissemination, **4:115**; **5:16–17**; **6:72**; **9:29**, **40**; **11:34**; **14:57–8**; **16:46**, **49**, **51**, **53**
 Media, alternatives, **6:77**, **117**, **175**; **7:44**; **9:22**, **34–7**, **41**; **11:12**, **33**; **17:90**, **94**, **147**; **18:15**, **20**, **31–2**, **50**
 Public awareness, **1:31**; **6:203**, **205–6**, **209**, **211**; **9:33**, **77–8**; **16:55**; **17:92**, **97**, **100**

Cultural organizations

- Canadian Council on American-Islamic Relations (CAIR-CAN), **8:54–7**
 Chinese Canadian National Council (CCNC), **4:77**
 Professional associations, **6:58**, **69**; **8:60**; **9:43–4**; **16:45–6**, **54**; **18:7**, **30**, **32**
 Quebec Community Groups Network (QCGN), **5:94–5**
 Société franco-manitobaine (SFM), **9:27–34**, **37**

Mainstream media, comparison

- Advertising strategies, revenues, **1:30–3**, **36**; **4:70**; **6:78–9**, **201**; **9:36**, **38–9**, **42**, **44**; **14:55–8**; **16:46–8**, **53–4**, **56–9**; **17:91–2**, **96–8**, **102**; **18:29–31**, **56**
 Business practices, **1:27–30**, **33**; **4:75**, **107**; **6:74–81**, **118**, **151**, **204–5**; **8:36**, **66**; **11:34**; **14:59**; **16:58–9**; **17:92**, **96–7**, **100**, **137–9**, **145**; **18:32**; **22:20**
 Cultural events, entertainment, **4:80–1**; **6:72–5**, **148**, **150**, **205**; **8:36**; **9:32**; **16:9–10**; **17:94**; **18:31**, **33**
 Pay television service, **6:201**, **209**
 Staffing, training, **1:28–9**; **3:36–7**; **4:78**; **5:156**; **6:73**, **77**; **17:91**, **98–9**; **18:32–3**

Unique role. *See also* Multiculturalism

- Content, programming, **1:25**, **36**; **4:56**, **59–62**, **77**; **6:20**, **24**, **80–1**, **147**, **165**, **205**, **211–12**; **8:66**; **11:34–5**; **16:49–51**; **18:6**, **32**, **39**; **22:19–20**, **24**
 Government legislation and policies, translation, **1:24–5**; **6:202–3**; **14:58**

Éditeurs et professionnels -- *Suite*Qualité et autorité. *Voir aussi* Rédacteur en chef

- Contenu, **1:66–7**; **2:14**, **22**, **46**, **56**, **59–60**, **69**; **3:22–3**, **47**, **49**; **4:45**, **51**, **146**, **170**; **5:15**, **100**; **6:16**, **208**; **11:39**; **12:26**; **13:72**, **75**; **17:17–18**, **28–9**, **46**, **51**, **106**, **120–2**, **127**; **18:23**, **39**; **22:9**, **18–20**
 Éthique, principes, **2:51–2**; **6:51**, **56**, **98**, **181–2**, **185–6**, **189–90**, **194–5**, **197**, **199**; **7:29**; **8:54**; **11:7**, **18–19**, **33**; **18:17**, **36**, **54**; **19:35–6**; **21:12**, **26–7**, **30**
 Études et comparaison aux États-Unis, **6:107**, **109**, **162–8**, **170–1**, **177–8**; **8:17**, **30**; **9:47**; **15:26**, **97**; **22:14**, **52**, **54**
 Responsabilité envers la collectivité, **2:48–9**, **63–4**, **69**; **3:26**, **29**, **32**, **39**, **41**, **45**, **49**; **4:60**; **5:22**, **118**; **6:60**, **183**; **7:48**; **8:37**; **11:20**, **32**, **45**; **12:32**; **14:28**, **64**; **17:103**; **18:25**, **35**, **6**; **22:32**
 Tendances actuelles, **1:41**, **60**, **66**, **69**; **2:12**, **15**, **28**, **41**, **56–7**, **62–6**, **71–2**; **4:52**; **5:40**, **79**, **81**; **6:28**, **95**; **8:31**; **17:8**, **83**, **105**; **18:10**; **19:39**, **49**

Ressources

- Canadian Business Press (CBP), **22:23**
 Conference Board du Canada, **4:76**
 Fédération internationale des journalistes, **8:22**
 Fondation pour le journalisme canadien, **15:18**; **17:38**
 Journalistes canadiens pour la liberté d'expression, **8:22**

Études et rapports

Comités

- Débiteurs et les créanciers doivent se partager le fardeau : examen de la Loi sur la faillite...*, novembre 2003 (Comité permanent des banques et de commerce), **10:45**
Notre souveraineté culturelle ..., (Rapport Lincoln), juin 2003 (Comité permanent du patrimoine canadien), **5:56**, **62**; **6:130–1**, **150**; **11:77**, **91**; **12:52–3**; **13:40**; **15:79**, **82**, **85–6**
Privatisation et permis à quotas dans les pêches canadiennes, 1998 (Comité sénatorial permanent des pêches), **15:62**
Rapport de surveillance de la radiodiffusion, 2003 (CRTC), **5:54**
Rapport intérimaire sur les médias canadiens d'information, avril 2004, **1:52**; **2:5**, **75**; **3:42**; **4:85**, **88**, **119**, **158–9**, **170**; **5:149**; **6:14**, **38**; **9:46**; **11:9–11**, **50**, **72**, **76**; **13:6**, **33**, **54**; **14:69**; **15:58**, **60**; **16:23**, **66**; **17:53**; **21:33**; **22:11**

Commission d'enquête, rapports

- Besoins de protection sociale des personnes ... Les*, (Rapport Bernier), 2003 (Québec, Ministère du travail), **5:165**
Commission royale d'enquête sur les publications (Commission O'Leary), 1960, **6:13**
Enquête sur le programme de commandites ... (Commission Gomery), 2004, **5:85–6**; **15:17**
Faire entendre nos voix ... (Rapport Juneau), 1996 (Comité d'examen des mandats, SRC, ONF, Téléfilm), **12:62**; **15:82**; **17:143**
Guidé par nos valeurs: l'avenir des soins de santé au Canada (Rapport Romanow), **8:28**
Jeunes et la lecture de la presse ..., Les (Rapport Spitz), octobre 2004 (République française), **12:21**, **32**
Rapport de la Commission royale de la radiodiffusion (Rapport Aird), 1929, **14:27**, **44**

Ethnic press and media – Cont'dUnique role – *Cont'd*

Integration, 1:24–5, 31–2; 2:7; 3:33; 4:53–4, 57, 80–1, 117; 5:156; 6:202–3, 208–11; 8:58; 16:7, 10; 22:10
Multilingualism, 1:24, 38; 2:30; 4:58–61; 5:20; 6:81, 170, 201, 208, 210; 9:28, 31, 33, 43, 68; 16:9; 18:50

Export Development Canada (EDC). See also Business opportunities Under Federal government agencies

Business operations, revenues, 10:9–13

Crown corporation, 10:8

Export credit agency. *See also Financing Under Aviation industry*

Export-Import Bank of the United States (Ex-Im Bank), 10:21, 31, 43

Finance and risk management services, 10:8–11, 14, 18, 31

Guarantee, secured loan, assets, 10:12–13, 20–1, 40, 42

Repossession insurance, 10:19

Partnerships, 10:8

Federal government agencies

Advertising expenditures

Competition Bureau Canada, 2:24, 61, 71; 4:37, 40–3, 46–9, 60, 112, 161–2; 5:125, 150; 6:11, 14, 118; 9:6, 10, 13, 62; 12:39; 13:8–10, 14, 23, 33, 47; 14:11, 23, 63, 65, 68; 15:13, 35, 37; 17:67, 72; 18:23, 37–8; 23:27, 54

Health Canada, 1:32, 34, 36–7

Public Works and Government Services, 1:35, 40; 4:71–2; 5:86

Rural Secretariat (RS), 14:42

Business opportunities. *See also Export Development*

Canada (EDC)

Atlantic Canada Opportunities Agency (ACOA), 3:51; 16:47; 18:30

Department of Justice Canada, 10:39; 12:63–5

International Development Research Centre (IDRC), 3:9–12

Privy Council Office, 1:40; 3:10–11

Restrictive Trade Practices Commission (RTPC), 6:13

Concerning multi-media

Canada Revenue Agency (CRA), 11:34–6; 23:34, 50, 70

Canadian Radio Broadcasting Commission (CRBC), 4:160

Commissioner of Official Languages, 5:58, 91–2, 94–6;

14:49, 58; 16:46, 48–9, 52, 54, 58; 18:27, 30

National Film Board of Canada (NFB), 4:11, 21, 79–80;

5:129; 6:87, 99; 12:27; 17:139

Social Science and Humanities Research Council of

Canada (SSHRC), 6:48; 11:26; 14:38, 44

Foreign policy

Canadian International Development Agency (CIDA),

3:10–11, 15, 18–19; 14:44

Citizenship and Immigration Canada (CIC), 3:10–11;

4:74–5

Department of Finance Canada, 3:10–11

Foreign Affairs and International Trade Canada, 3:10, 19

National Defence, 3:10, 18; 14:55; 20:45, 47–8

National organizations

Canada Post Corporation, 1:27; 5:77; 6:60, 62–3; 7:38; 9:9; 16:47, 54–5, 58–60; 17:113; 22:26

Elections Canada, 5:76; 6:70

Études et rapports -- SuiteCommission d'enquête, rapports -- *Suite*

Rapport de la vérificatrice générale du Canada, novembre 2003, 5:86

Recommandations, 1986 (Groupe de travail sur la politique de la radiodiffusion), 15:84

Return to an address of the Honourable the House, Commons dated 28th January 2004..., Lord Hutton,

19:11, 13, 26

Commission royale sur les quotidiens

Commission Kent, La, 1981, 2:43–4, 51, 53; 3:29; 4:157–61, 164, 166; 5:18, 24, 26, 31, 101; 6:19, 50, 156; 8:33; 11:9, 12; 15:84, 91; 16:5, 12; 17:55, 66, 4, 146; 18:9

Rapport Davey, Le, 1970, 2:44; 3:29, 42; 4:54, 158; 166; 5:24, 26; 6:15; 7:54, 66; 8:55; 11:9, 12, 71–2; 15:77; 16:5; 17:66, 136, 143, 146

Livres, essais

CBC fans flames of anti-Americanism, 13 juin 2005

Windsor Star (Lydia Miljan et Barry Cooper), 22:5

Clear answers: the economics and politics ..., 2000

(Kevin Taft and Gillian Steward), 8:27

Digital journalism ..., 2003 (Dr. Rich Gordon), 1:4

Elements of journalism ..., *The*, 2001 (Bill Kovach;

Tom Rosenstiel), 6:183

Étude sur la petite enfance ..., 1999 (Margaret Nor-

McCaïn and J. Fraser Mustard), 4:99

Four theories of the press, 1963 (Fred S. Siebert,

Theodore Peterson, Wilbur Schramm), 4:158–9

Good women of China: hidden voices, *The*, 2003

(Xinran), 16:6

Good work: when excellence and ethics meet, 2001

(Howard Gardner), 6:95

Hidden agendas: how journalists ..., 2003 (Lydia M

and Barry Cooper), 4:33; 22:46, 58, 62

Invention of journalism ethics..., *The*, 2004 (Stephe

Ward), 6:181–2; 8:17

Journalism in the age of mass media globalization

(Hemant Shah), 17:10

Let's blame the readers ..., 1 janvier 2005 (Columb

Journalism Review), 7:8–9

Lost in Cyberspace ..., 2002 (Dwayne Winseck), 1

Mémoires politiques, 1993 (Pierre Elliott Trudeau)

Pacific Press: the unauthorized story ..., 2001 (Ma

Edge), 6:10–11, 18

Portrait of Canada (June Callwood), 4:144

Stifling debate : Canadian newspapers and nuclea

power, 1993 (Michael Clow), 17:19

We the media: grassroots journalism ..., 2004 (Da

Gillmor), 16:36

What the media are doing to our politics, 2004 (Jo

Lloyd), 19:13

Organisations non gouvernementales

À l'image des Canadiens..., juillet 2004 (Groupe d

travail sur la diversité culturelle à la télévision), 9:

Anti-Islam in the media, 2005 (Canadian Islamic

Congress (CIC)), 8:54

ComBase Readership Study 2003/2004, 7:32–4, 30

Commission d'étude sur la gestion de la forêt publi

québécoise (Commission Coulombe), 2004, 5:134

Federal government agencies – Cont'd**National organizations – Cont'd**

- Royal Canadian Mounted Police (RCMP), 4:142; 7:6; 8:18; 11:59, 63; 13:52–3; 15:63–4, 71; 19:54; 20:45, 48
- Statistics Canada, 4:119; 5:171; 9:20; 22:9
- Supreme Court, 1:50; 5:166; 6:55, 198; 7:6; 9:82; 11:10, 37, 59; 12:53; 23:43

Financial assistance. See also Funding Under Government intervention

- Canadian Magazine Fund (CMF), 6:30–2, 38, 59; 22:11, 13–15, 17–19, 21, 23, 25–7
- Canadian Television Fund (CTF), 4:88–9, 91–2, 96; 5:125, 139–40; 6:84, 86–7, 93; 11:96; 12:45, 60
- Media awareness programs
 - Educational broadcast, 4:89; 6:33, 39–40
 - Partnerships, 5:180; 6:40, 50, 101, 106; 12:27; 14:52
 - Research, studies, 6:48; 11:14; 22:27
- Publications Assistance Program (PAP), 3:44, 51; 5:76–7; 6:61–2, 76; 12:26; 14:49; 16:46; 22:11–18, 25, 27

Fisheries and Oceans Canada (DFO). See Canadian Coast Guard (CCG)**Gesca Ltée. See also Regroupement des syndicats de Gesca under Labour unions****Business development**

- Canadian identity and culture, 12:19–20, 22, 27, 8, 30, 33–5
- Operations, expenditures, 12:18, 21, 25–6, 29–30, 36, 40
- Revenues, staffing, 12:18, 25, 32, 41
- Subsidiary companies, partnerships, 5:109; 12:17, 24–5, 29, 34–7
- Controversy, concerns, 5:113–16, 121; 12:20, 29–30, 37–8
- Power Corporation of Canada, 5:107, 112, 120, 136; 12:17, 23–4, 37; 17:119
- Written information to be supplied to Senate Committee, 12:30, 42

Globe and Mail, The**Business development**

- Business report section, 19:29, 32, 38, 43
- Competition, contracts, 19:31–2, 34, 36–8, 43–4, 47–8, 56, 60
- Content, diversity, 1:31, 55; 2:14; 4:147, 150–1; 5:9, 24; 6:42; 7:66–8; 11:85; 15:100; 19:29, 32, 35–43, 45, 49–52, 57–9; 22:51
- Distribution, circulation, 3:13; 4:110; 5:12, 28–9; 8:38–9, 41–3, 46–7; 18:46; 19:31, 44, 50, 60
- Journalism, quality, 2:13; 3:42; 5:13, 74; 6:44; 8:27; 13:37; 15:66, 92; 16:67; 17:48, 65, 89, 121, 128; 19:29–36, 38, 50, 52–3, 55, 57, 59–63; 21:34
- Controversy, 2:73; 4:38–9, 155; 5:169; 19:33, 53–4, 57–8, 61
- National newspaper, 2:40, 57; 8:38; 11:31; 17:9; 19:23, 28–31, 42, 45–6, 60; 21:9
- Partnerships, staffing, 19:33–4, 37, 40–2, 46–51; 21:15, 20, 31–2
- Public finance, subsidy, 4:74–5, 152; 8:44; 19:59

Études et rapports – Suite**Organisations non gouvernementales – Suite**

- Étude des industries canadiennes des médias*, février 2005 (Association canadienne des radiodiffuseurs), 11:73, 75–6, 95, 97
- Journalism, Media and the Challenge of Human Rights Reporting*, 2002 (Conseil international sur les politiques des droits humains), 8:22
- Missing news: filters and blind spots ...*, *The*, 2000 (Robert A. Hackett et al.), 6:139–40
- Official Commentary on the Convention on International Interests...*, 2002 (Royston Miles Goode), 10:52–3
- Ownership by Canadians ...*, 2003 (Conférence canadienne des arts), 1:42
- PWAC Condemns New CanWest Global Contract*, 2004 (Periodical Writers Association of Canada), 1:45
- Racist Discourse in Canada's English Print Media* (Frances Henry and Carol Tator), 4:116
- Rapport de surveillance de la politique sur la Radiodiffusion 2004 (CRTC)*, 13:7
- Report Card on Canadian News Media* (Consortium canadien de recherche sur les médias (CCRM)), 4:32; 6:161–2, 166–8, 171–2, 175–7, 180; 7:18, 21; 8:51
- Rich Media, Poor Democracy*, 1999 (Robert McChesney), 1:58; 6:183
- Tuning into Diversity* (Union européenne (UE)), 2002, 6:49

Exportation et développement Canada (EDC). Voir aussi**Possibilités d'affaires Sous Organismes fédéraux**Agence de crédit à l'exportation. *Voir aussi* Financement**Sous Industrie de l'aéronautique**

- Assurance sur les droits de reprise, 10:19
- Emprunt garanti, actifs, 10:12–13, 20–1, 40, 42
- Export-Import Bank of the United States (Ex-Im Bank), 10:21, 31, 43
- Services de financement et de gestion des risques, 10:8–11, 14, 18, 31
- Opérations d'affaires, revenus, 10:9–13
- Partenariats, 10:8
- Société d'État, 10:8

Frais d'impression et distribution**Compétitivité**

- Comparaison entre magazines et journaux, 1:66–7; 6:59; 18:29
- Établissement des prix, 12:23; 17:112–13, 116, 134; 22:11, 13, 16, 18–19, 26
- Modernisation, 6:12, 104; 12:24; 15:47, 65; 17:76, 78, 113; 18:28, 35, 45; 19:30–1; 22:28
- Presses à imprimer, accessibilité, 3:43–4, 46, 50–2; 6:14; 11:46; 12:24; 17:67, 74–6, 79, 100; 18:51, 53; 22:27

Dépenses

- Certificats de tirage, allocation, 7:38; 18:9
- Collectivités rurales, 6:106–7, 148; 8:39–43, 45–7; 9:9; 12:21, 23; 14:25, 53; 17:90, 96
- Grossistes, kiosques à journaux, 1:63; 8:42–3; 15:74; 22:12, 13
- Production, rentabilité, 1:65, 69–71; 2:35; 3:51–2; 9:13; 11:30; 12:25–6; 14:50, 53; 15:59; 16:52, 59; 17:36, 91, 99, 135–6; 18:42, 44, 46–7, 53; 22:9, 11, 20–3, 25

Government intervention. See also Regulations Under Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC)

Ethnic minorities

Demographics, GDP, 4:75-6
 Government programs, 3:34; 4:26, 71, 77, 116-20, 122, 129, 131; 5:136; 6:73, 76, 81, 145, 148; 9:37, 75; 16:11, 49; 17:99-100
 Official languages and culture, 4:87, 122, 130; 5:68, 92, 94-6; 9:31, 35, 40-2; 14:55; 18:28-9; 22:10
 Provincial and municipal governments, 1:29-30; 4:61, 126-7; 5:57-60, 62, 138; 16:50-1, 57; 17:115, 140; 18:28-9

Funding. See also Financial assistance

Advertising, 1:37; 2:22; 4:70-5, 107, 168; 5:58-60, 62, 67-9, 75-6; 6:70; 7:36-7, 60; 9:35, 38-40, 62; 11:13, 17; 14:54-6; 15:31; 16:52-3; 18:31; 22:23-4
 Media, 3:14-15, 50-1; 4:22, 80, 85, 101; 5:150, 155-6; 6:40-1, 101-3, 125-6, 149-50; 8:22, 41, 44; 9:25; 12:58-60; 13:78; 14:38-9, 43-4; 15:82; 17:15, 40, 42, 134, 137, 140-1
 Postal subsidy, 1:59-60, 64; 2:29; 3:51; 5:77; 6:32, 41, 61, 63; 9:6, 10, 12, 41; 14:25-6, 52; 15:55; 16:59-60; 22:19, 21, 23, 25-6
 School libraries, fellowships, grants, 1:47; 3:8-9, 11-12, 17-19; 12:31
 Tax benefits, 1:70-1; 2:22-3, 26, 34-5, 46; 3:44; 4:11, 56; 5:25, 165, 172, 180, 191; 6:97, 99, 105, 122, 126; 12:28-9, 55, 61; 17:55, 57-8, 61-2, 142; 18:29; 19:55-6; 22:12, 24, 59

Legislation

Charitable status, 1:69-70; 2:29-30; 23:24, 26, 34, 64, 70
 Copyright protection, 1:41, 43, 45, 53, 57, 65; 5:157, 166-7, 169; 6:147; 13:18
 Foreign investments, 1:48-9; 2:22-3, 59-60; 4:138, 171-3; 5:93; 6:19, 118; 11:55-7, 59-60; 13:49; 17:67
 Media role, 2:47, 66; 4:42, 47, 84, 137; 5:45, 48-9, 123, 125, 148; 6:37, 107, 122, 138, 197; 11:8-10, 15-16, 20, 37, 41; 12:63-5, 67-9; 13:33, 51-2; 15:8, 29; 16:12; 22:25, 59
 Resources, 2:53; 3:30, 35; 5:31, 86; 6:152, 155-6; 11:26, 50, 71; 13:53, 76; 14:18; 15:19, 26, 62, 86; 16:61; 17:59, 115, 144, 148; 18:59-60; 19:38-9, 57

Regulations

Broadcasting vs. print media, 2:60, 71-2; 3:25; 4:14, 100, 160, 162, 170; 5:58; 11:42, 85; 13:11-13, 23; 15:35; 19:34, 38, 46
 Content, 2:58-9, 70-1, 74-5; 4:12, 22, 51-2, 134, 167; 5:97, 126; 6:13-14, 41, 166; 8:33; 9:49, 62; 11:94-5; 12:46; 13:24; 14:72-3; 15:61; 19:54, 56-7; 22:18, 53
 Office of the Auditor General of Canada, 12:45-6, 49, 51-2, 61-2
 Ownership, 1:68-9; 2:13, 44, 61; 4:149, 160-1, 164-5, 172-3; 5:26-7, 99, 130-1; 6:12, 19, 30, 96, 106, 111; 11:22, 56; 14:9; 17:27, 29, 34, 44, 55, 68, 107-8, 124, 142; 18:37, 47, 58
 Policies, 2:32; 4:47, 49, 157-9, 163; 5:20, 34, 82-3; 6:32, 48-9, 55, 135, 196; 7:59; 9:49-50; 10:13; 11:38, 57, 59, 62-3, 86-7, 98; 13:6, 8-9; 15:33, 35-7, 55; 21:17; 22:8, 10, 12, 63; 23:16-17

Frais d'impression et distribution -- Suite

Dépenses -- Suite

Services postaux, 1:64; 6:63; 9:9-10; 14:25; 16:47-9; 22:12-13, 17, 26, 28

Impôts

Agences commerciales, honoraires et frais, 1:32-4, Taxe de vente provinciale (TVP), 1:38; 12:20
 Taxe sur les produits et services (TPS), 1:27, 38; 4:12:20, 28-9

Services d'impressions cités, 3:43-4, 52

Garde côtière canadienne (GCC)

Fonctionnement

Collège de la Garde côtière canadienne, 20:48
 Organismes de service spécial (OSS), 20:18, 24, 25
 Pêches et Océans Canada (MPO), 20:10, 13, 15, 19-23-4, 29-34, 45

Navires

Brise-glace, 20:27, 47-8
 Catégorie, 20:18, 20, 47
 Tarification, 20:22

Politique

Droits de services maritimes, 20:14-20, 22, 31-3
 Phares, 20:48-9
 Projet de restructuration, 20:46-9
 Protection civile, 20:47-8, 50
 Services de navigation, responsabilités, 20:10-12, 25, 29-31, 34-6, 45-9

Technologie, rôle, 20:46

Gesca Ltée. Voir aussi Regroupement des syndicats de Ge Sous Syndicats

Développement de l'entreprise

Fonctionnement, dépenses, 12:18, 21, 25-6, 29-30, 40
 Identité et culture canadienne, 12:19-20, 22, 27-8, 33-5
 Revenus, dotation, 12:18, 25, 32, 41
 Sociétés filiales, partenariats, 5:109; 12:17, 24-5, 7
 Documentation à fournir au Comité sénatorial, 12:30, Polémique, inquiétudes, 5:113-16, 121; 12:20, 29-30, Power Corporation du Canada, 5:107, 112, 120, 136; 12:23-4, 37; 17:119

Globe and Mail, The

Développement de l'entreprise

Concurrence, contrats, 19:31-2, 34, 36-8, 43-4, 45, 56, 60
 Contenu, diversité, 1:31, 55; 2:14; 4:147, 150-1; 5:64; 6:42; 7:66-8; 11:85; 15:100; 19:29, 32, 35-43, 45, 52, 57-9; 22:51
 Distribution, tirage, 3:13; 4:110; 5:12, 28-9; 8:38-3, 46-7; 18:46; 19:31, 44, 50, 60
 Journalisme, qualité, 2:13; 3:42; 5:13, 74; 6:44; 8:13:37; 15:66, 92; 16:67; 17:48, 65, 89, 121, 128; 13:36, 38, 50, 52-3, 55, 57, 59-63; 21:34
 Reportages des affaires, 19:29, 32, 38, 43
 Finances publiques, subvention, 4:74-5, 152; 8:44; 19:23, 24, 45-6, 60; 21:9

Government intervention – Cont'd

Transportation industry

- Deregulation, competition, **11:56**
- Jurisdiction, operations, **10:13; 20:25, 34–5, 37–8, 40–4**
- Nunavut, considerations, **20:14–15, 26–7, 33–4, 48**
- Safety regulations, environment, **10:32–3; 20:40, 46–8**
- Service fees, regulations, **20:12–15, 17, 21–2, 25–8, 31–4, 36**

Guardian, The

- Competition, **17:26–7, 34**
- Corporations, ownership, **17:28, 33–6**
- News coverage
 - Bureau, rôle, **17:30**
 - Controversy, **17:32–3, 37, 84**
 - National features, **13:60; 17:29–30**
 - Regional, local content, **6:46; 17:24–5, 28–31, 35**
 - Seniors and youth, **17:31**
- Staffing, **17:31, 35–6, 82, 86**

Highway 30 Completion Bridges Act. See also Bill S-31, Act to authorize the construction and maintenance of a bridge over the St. Lawrence River and a bridge over the Beauharnois Canal for the purpose of completing Highway 30

- Current legislation, considerations, **20:36–7, 44**
- Extension project
 - Economic development, **21:35**
 - Federal provincial agreement, **20:37, 39–42**
 - Financing, investment, **20:37–8, 42–3**
 - Infrastructure, statistics, **20:38–9, 41, 44; 21:35**
 - Strategy, construction, **20:37–42; 21:35**
- Privatization
 - Construction industry, **20:43**
 - Models, **20:41, 43**
 - Public-private partnership, **20:38–40, 42–4**
 - Road transport, tolls, **20:41, 43**
- Progress reports, assessments, **20:40–1**

House of Commons Standing Committees

- Concerning transport
 - Standing Committee on Public Accounts, **20:18**
 - Standing Committee on Transport, **20:26–8**
 - Standing Joint Committee for the Scrutiny of Regulations, **20:22**
- Standing Committee on Canadian Heritage
 - Film industry, **12:52, 56, 62**
 - Foreign ownership, media and communications, **1:46; 5:130–1; 13:49**
 - Government grants, publishing industry, **1:44**
 - Recommendations, discussion, **2:37; 5:139, 142; 6:150; 9:23, 68; 15:78**
- Standing Committee on Industry, Natural Resources, Science and Technology, **23:12, 16–17, 50, 61, 64**
- Standing Committee on Official Languages, **9:40**

Independent newspapers. See also Newspapers

- Business plans
 - Acquisitions, sales, **3:51; 4:47; 5:154; 14:64; 16:47; 17:58, 65, 67, 69–71, 74–7, 80, 112**

Globe and Mail, The – Suite

- Partenariats, dotation, **19:33–4, 37, 40–2, 46–51; 21:15, 20, 31–2**
- Polémique, **2:73; 4:38–9, 155; 5:169; 19:33, 53–4, 57–8, 61**

Guardian, The

- Concurrence, **17:26–7, 34**
- Couverture de l'actualité
 - Aînés et jeunesse, **17:31**
 - Bureau, rôle, **17:30**
 - Contenu régional, local, **6:46; 17:24–5, 28–31, 35**
 - Polémique, **17:32–3, 37, 84**
 - Reportage national, **13:60; 17:29–30**
- Dotation, **17:31, 35–6, 82, 86**
- Sociétés, propriété, **17:28, 33–6**

Industrie Canada

- Communication Canada, **4:74**
- Développement économique, **1:42; 17:55**
- Industrie du transport aérien, **10:41, 44–5**
- Radio, législation, **14:30, 42**
- Télécommunications, **8:48; 23:10, 12–13, 18–20, 25, 50**

Industrie de la publicité. Voir aussi Choix de publics cibles

- Approche marché
 - Courtiers, intermédiaires, agences, **4:110, 113; 5:57, 78–80, 82–5, 87–8; 14:56, 58**
 - Normes, plaintes, **4:108–9, 112–13, 115; 5:83, 87, 113, 121**
 - Politiques commerciales, **1:56, 67; 2:23, 26, 50; 3:48; 4:45, 50; 5:61, 79–87, 162; 6:12, 23–4; 8:50; 9:11; 11:47–8, 83, 97; 14:18, 24, 67; 17:71–2, 77, 111–12**
 - Relations avec les médias, **4:101–5, 107–8, 112, 115; 5:28–9, 49, 57, 61, 76, 78–9, 85, 110**
 - Sondages BBM, **9:70–1; 13:39; 14:10; 21:19**
- Relativement aux réglementations
 - Association canadienne de télévision par câble (ACTC), **4:104, 111; 11:53, 95–7; 13:28**
 - Cabletelevision Advertising Bureau (CAB - USA), **4:108**
 - Normes canadiennes de la publicité (NCP), **4:108–9; 5:78; 22:37**
 - Protection du consommateur, interdictions, **5:86; 7:63; 11:64, 82–4, 92–5; 23:38–9, 48–9, 52, 54, 60**
 - 49th Media Inc., **4:104, 111; 11:95–6**
- Revenus
 - Publicité fédérale, **3:38; 4:70; 5:56–7, 72, 75–6, 139; 6:61; 7:69; 11:40–1; 14:52, 56–7; 16:48–9**
 - Publicité nationale, charges d'exploitation, **4:102, 114–15**
 - Publicité payée, **1:60; 2:35; 4:102–5; 5:18, 110; 6:104; 7:62–3; 9:61; 11:93–5; 13:41; 15:7; 16:57; 17:107, 134–5**
 - Tarifs de publicité, accessibilité, **3:51; 5:54–5, 61, 72, 80–1; 6:65; 7:42, 49, 52; 8:12; 9:8, 11; 11:84, 87; 12:21; 13:34; 14:15–16; 15:17; 22:9, 59–60**
 - Ventes de marketing direct, **23:39–40, 63, 67**
- Stratégies
 - Attirer les consommateurs, circulaires, **1:56, 67; 4:45, 70, 74–5, 110, 114–15; 5:74; 6:28, 31, 59, 98; 7:70; 9:11–12; 11:30, 82, 92–3; 13:34; 15:41, 49–50; 17:68; 18:45, 47; 23:60**
 - Bilinguisme, présentations, **5:68; 6:60, 65; 9:35; 14:49; 16:46, 48; 18:27**

Independent newspapers – Cont'd**Business plans – Cont'd**

Budget, revenues, 5:71; 6:67; 7:49; 9:7–8, 10, 12–13, 48, 60; 11:49; 14:52, 56; 15:93; 17:55, 58, 71, 75–6, 79, 91, 135; 18:29

Family business, 8:13; 15:29, 32, 42; 17:69

Governance, 1:64, 69–71; 2:24, 32; 15:35–7, 70, 73, 80; 16:45; 17:34, 46, 75, 115

Staffing decisions, 5:118; 7:45–6; 8:9, 14; 9:39–40, 42, 54, 59; 14:47; 15:95, 97; 16:50; 17:46, 57, 86, 102

Community newspapers

Local news features, 3:40–1; 7:13, 34, 40, 42; 8:38; 9:8, 37, 48; 14:27, 48, 51, 63; 15:17, 95, 97; 16:61, 63; 17:14, 21, 38, 61, 69–70, 73, 119

Rural communities, 5:118; 9:12; 14:27, 39–40, 48;

15:10, 15; 17:96, 101; 18:28

Trends, role, 5:9; 6:59, 70, 95; 7:39, 48; 8:12–13; 9:44–5, 47–8; 11:23, 47–8; 15:42; 16:13, 17–18; 17:20–1, 45, 75, 78, 89, 98, 110–11, 118, 140–1, 147

Competition, 4:43; 6:64–5, 102, 157; 7:35, 44–5, 48; 8:12–13; 9:5–13, 39, 53, 60; 14:51; 15:18, 35, 39, 43, 92; 17:56, 58, 71–4, 78, 100, 134–5, 141, 148

Weekly publications

Cultural events, entertainment, 5:15, 35; 6:151

Data, statistics, 5:69, 112; 6:68; 7:48; 15:93; 17:14, 79, 134

Marketing, 6:59, 72, 97, 100; 7:32–3, 50; 8:29, 39; 9:6, 8–9, 38; 14:50–1, 53, 59, 65; 15:17, 93–6; 16:25, 50–3; 17:45–6, 69, 79, 100, 105–6, 143

Industry Canada

Air transport industry, 10:41, 44–5

Communication Canada, 4:74

Economic development, 1:42; 17:55

Radio, legislation, 14:30, 42

Telecommunications, 8:48; 23:10, 12–13, 18, 20, 25, 50

Information technology**Competition**

Businesses, 5:109–10; 6:16, 18, 101, 112; 9:5, 26, 29, 40–1, 57; 11:12, 17–19, 55, 86; 12:47; 13:7, 24, 29; 14:8, 22, 43; 15:33, 50–1, 94, 97; 16:35, 38, 55; 17:110–11, 115; 18:48

Diversity, 2:72; 4:44, 51–2, 166; 5:12; 6:99, 178; 16:37, 43, 62; 19:20, 34, 39–40, 50–1

International markets, 11:23, 53, 55–6, 65–6, 74; 12:22, 27, 31; 13:12, 19, 27; 14:19; 17:14, 41; 19:10, 24, 45

News sources, 5:35, 43; 6:45, 154–5, 183, 220; 8:7–8, 27, 33; 11:10–11, 27, 54, 78; 12:21–2, 27; 13:26, 60;

15:15–16, 22, 38–9, 108, 110; 16:65; 17:45; 19:21, 23, 36, 50; 22:63

Public awareness, 1:49; 2:22, 27–8, 31, 58, 62, 65, 68; 5:8, 15, 34; 6:45–6, 98–9, 188–9; 8:32; 13:18, 45–6, 79; 14:40; 16:42–4; 18:45, 60

Internet

Access service, 3:46; 5:28; 6:103, 106–7, 143, 221; 8:40, 45, 48; 11:51–3, 68; 14:49; 15:48; 16:41; 17:41, 52, 93, 116; 19:50

Community Access Program (CAP), 14:34

Databases, registration, 10:37, 46–7; 13:25, 79; 15:48–9, 94, 96; 16:35–6; 18:48, 58–9; 19:45; 23:11

Industrie de la publicité – Suite**Stratégies – Suite**

Contenu, qualité, 1:61; 4:102, 105; 6:64, 68, 110; 3; 9:61–2; 11:43, 83, 92, 94; 13:21

Développement de l'entreprise, 2:26, 50, 61; 4:15, 104, 106–8, 115; 5:61, 88–9; 7:33, 42; 9:12; 11:75; 14:58; 15:47–9; 17:58, 74–5, 101; 18:43; 23:50–2

Médias étrangers, 4:104, 109; 6:104; 11:93, 95–6

Industrie de l'aéronautique**Compagnies aériennes, constructeurs**

Air Canada, 10:13, 15–16, 19, 21–8, 41, 50

Boeing, 10:50

Bombardier, 10:12, 21, 42, 50–1

Sociétés étrangères, 10:14–15, 22, 29, 31, 40, 50

WestJet, 10:21, 42

Faillite

Décisions des tribunaux, contrats, 10:13, 27–9

Immatriation, 10:19, 48–9

Recouvrements, saisie, 10:9, 11, 15, 18–20, 41, 50

Valeurs mobilières, actifs, 10:15–17, 20–1, 23, 29

40–2

Financement. *Voir aussi* Agence de crédit à l'exportation

Sous Exportation et développement Canada (EDC)

Accords de crédit, juridictions, 10:9–13, 20–1, 23, 9, 31, 36, 47–8, 52

Consommateurs, avantages, 10:25–7, 31, 51

Marché international, 10:9, 11–14, 18, 22, 25, 27, 5, 49

Politique financière, stratégies, 10:15, 25, 28, 35

Organismes professionnels

Association du transport aérien international (IATA) 10:34, 53–4

Institut international pour l'unification du droit privé (UNIDROIT), 10:35, 52–3

Organisation de l'aviation civile internationale (OACI) 10:35, 37

Services de registres cités, 10:46–7

Industrie du transport maritime**Arctique**

Arctique de l'Ouest, dispense des droits, 20:14–1

Sociétés inuits, partenariats, 20:11, 13–14, 20, 24

Transport maritime, 20:16–17, 24–5, 27

Fret, décharge, 20:17

Sûreté maritime, juridiction, 20:10–13, 29–30, 35, 42

Tendances économiques

Développement du Nord, 20:12–13, 15–16, 22, 36, 50

Droits de service, politiques, 20:10, 12–16, 18, 23–4, 36, 49–50

Emplois, commerce, 20:11, 24, 29

Interventions gouvernementales. Voir aussi Règlement du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunication canadiennes (CRTC)**Financement. Voir aussi Aide financière**

Avantages fiscaux, 1:70–1; 2:22–3, 26, 34–5, 46; 4:11, 56; 5:25, 165, 172, 180, 191; 6:97, 99, 103; 12:6; 12:28–9, 55, 61; 17:55, 57–8, 61–2, 142; 19:55–6; 22:12, 24, 59

Information technology – *Cont'd*Internet – *Cont'd*

Search techniques, applications, 2:32; 6:219–21; 11:54, 57; 12:33; 15:51, 94; 16:42–4; 17:82
 Web-sites, blogs, 1:54, 59; 2:28, 34; 3:46; 4:97, 138; 5:9–10, 13, 19, 152; 6:43, 45–6, 98, 100, 121, 123, 149, 217–18, 220–1; 8:27, 48; 11:17–18, 30, 33; 13:42, 54; 14:21–2, 41; 15:17, 58, 94; 16:36, 38, 43; 17:25, 133; 19:30, 39–40, 44–5, 48–51, 56, 59, 61

Print vs. electronic media

Advertising, revenues, 4:113; 6:126; 15:49–50, 93; 16:35, 38; 17:25–6; 18:28, 37, 45; 19:45
 Consumerism, 2:27–8, 31, 57; 5:27; 6:23, 74, 105, 166, 169, 173, 218; 8:40; 13:54, 57; 15:32, 34, 38, 43, 96–7; 16:8, 34, 36, 39–41, 173; 17:25, 93; 19:18, 40, 44; 21:29
 Journalism, format, 3:8, 46; 4:157; 6:44, 106, 184, 216–17, 220; 11:68; 13:58; 14:20; 15:65, 76, 94; 16:35, 37, 40, 43; 17:78, 93, 110, 113; 19:14, 36, 48–9
 New media, 5:17; 6:23, 46–7, 102–4, 125, 153–4, 179–80, 219; 8:27; 9:58; 11:24, 75; 12:50, 61; 13:6, 12, 24; 14:22; 15:94–7; 17:26; 19:9, 51; 21:33

Security

Computer crime, signal theft, 11:63–5, 74; 13:8, 12, 18; 14:19
 Consumer protection, 6:220; 11:59, 65, 67; 19:12, 18–21; 23:31, 35, 37
 Regulations, fines, 4:114, 162–3; 6:49, 122, 178; 8:48; 11:55–6, 59, 61, 67, 98; 13:6, 15, 18; 19:9, 12, 14, 17–18, 24
 Subscription fee, 6:104; 8:41, 45; 11:66; 17:26

Technological innovation

Cellular telephones, 23:14, 73
 Downloaded broadcasts, 2:57; 6:121–3, 169; 11:53, 79–80; 12:47, 61; 13:24–5, 54; 16:37; 22:63
 News report, 1:52; 6:125, 216–20; 8:17, 23, 25; 9:43, 53; 11:30, 58; 15:16, 32, 34, 50–1, 69–70, 92; 16:34–6, 38–41; 17:21, 147; 18:36–7, 45; 19:30; 21:11, 32
 On-line education programs, 6:83, 89, 179; 7:53, 59; 8:49; 14:29, 38–9
 Satellite, 1:30; 2:7, 12, 31, 73; 3:48, 50; 4:25, 114, 150, 171; 5:98, 141; 8:44–5, 47; 9:19, 30, 53, 69; 11:53, 63, 88; 13:7, 18–19, 26–7, 40, 63; 14:5–6, 19–20, 34–5; 15:15; 18:48; 21:13, 33

Intellectual property

Copyright

Access rights, 5:174–5; 6:147; 11:62, 78
 Print and electronic media, 2:63; 3:14; 5:10, 31, 158, 166, 168–9, 174, 176, 184; 6:43; 11:79–80; 19:21
 Property rights, content, 4:161, 170; 5:24, 157, 168–70, 184; 8:15; 11:74–5, 78–9; 13:18–19; 18:42–3; 19:48
 Renunciation policies, contracts, 5:158–9, 164, 166–7, 176; 6:43–5, 121, 123; 11:15; 13:68–70; 15:52–3; 17:56–7, 59–60; 19:47–8
 Right of reproduction, royalties, 1:45, 50, 57; 4:155; 5:38–9, 142, 164, 172, 174–6, 183; 11:75; 22:25

Ethical concerns, 4:161; 6:186, 190

Foreign models, 5:170–1; 6:43–4; 16:65–6

Management

Cedrom-SNi, 5:175
 Creative Commons (CC) license, 1:44

Interventions gouvernementales -- *Suite*Financement -- *Suite*

Bibliothèques scolaires, bourses, subventions, 1:47; 3:8–9, 11–12, 17–19; 12:31
 Médias, 3:14–15, 50–1; 4:22, 80, 85, 101; 5:150, 155–6; 6:40–1, 101–3, 125–6, 149–50; 8:22, 41, 44; 9:25; 12:58–60; 13:78; 14:38–9, 43–4; 15:82; 17:15, 40, 42, 134, 137, 140–1
 Publicité, 1:37; 2:22; 4:70–5, 107, 168; 5:58–60, 62, 67–9, 75–6; 6:70; 7:36–7, 60; 9:35, 38–40, 62; 11:13, 17; 14:54–6; 15:31; 16:52–3; 18:31; 22:23–4
 Subvention postale, 1:59–60, 64; 2:29; 3:51; 5:77; 6:32, 41, 61, 63; 9:6, 10, 12, 41; 14:25–6, 52; 15:55; 16:59–60; 22:19, 21, 23, 25–6

Industrie du transport

Déréglementation, concurrence, 11:56
 Frais de service, réglementation, 20:12–15, 17, 21–2, 25–8, 31–4, 36
 Juridiction, fonctionnement, 10:13; 20:25, 34–5, 37–8, 40–4
 Nunavut, éléments en considération, 20:14–15, 26–7, 33–4, 48
 Réglementation en matière de sécurité, environnement, 10:32–3; 20:40, 46–8

Législation

Investissements à l'étranger, 1:48–9; 2:22–3, 59–60; 4:138, 171–3; 5:93; 6:19, 118; 11:55–7, 59–60; 13:49; 17:67
 Protection du droit d'auteur, 1:41, 43, 45, 53, 57, 65; 5:157, 166–7, 169; 6:147; 13:18
 Ressources, 2:53; 3:30, 35; 5:31, 86; 6:152, 155–6; 11:26, 50, 71; 13:53, 76; 14:18; 15:19, 26, 62, 86; 16:61; 17:59, 115, 144, 148; 18:59–60; 19:38–9, 57
 Rôle des médias, 2:47, 66; 4:42, 47, 84, 137; 5:45, 48–9, 123, 125, 148; 6:37, 107, 122, 138, 197; 11:8–10, 15–16, 20, 37, 41; 12:63–5, 67–9; 13:33, 51–2; 15:8, 29; 16:12; 22:25, 59
 Statut d'organisme de bienfaisance, 1:69–70; 2:29–30; 23:24, 26, 34, 64, 70

Minorités ethniques

Données démographiques, PIB, 4:75–6
 Gouvernements provinciaux et municipaux, 1:29–30; 4:61, 126–7; 5:57–60, 62, 138; 16:50–1, 57; 17:115, 140; 18:28–9
 Langues officielles et culture, 4:87, 122, 130; 5:68, 92, 94–6; 9:31, 35, 40–2; 14:55; 18:28–9; 22:10
 Programmes gouvernementaux, 3:34; 4:26, 71, 77, 116–20, 122, 129, 131; 5:136; 6:73, 76, 81, 145, 148; 9:37, 75; 16:11, 49; 17:99–100

Réglementations

Bureau du vérificateur général du Canada, 12:45–6, 49, 51–2, 61–2
 Contenu, 2:58–9, 70–1, 74–5; 4:12, 22, 51–2, 134, 167; 5:97, 126; 6:13–14, 41, 166; 8:33; 9:49, 62; 11:94–5; 12:46; 13:24; 14:72–3; 15:61; 19:54, 56–7; 22:18, 53
 Politiques, 2:32; 4:47, 49, 157–9, 163; 5:20, 34, 82–3; 6:32, 48–9, 55, 135, 196; 7:59; 9:49–50; 10:13; 11:38, 57, 59, 62–3, 86–7, 98; 13:6, 8–9; 15:33, 35–7, 55; 21:17; 22:8, 10, 12, 63; 23:16–17

Intellectual property – Cont'd**Management – Cont'd**

Electronic Rights Licensing Agency, The (TERLA), 4:155

Société québécoise de gestion collective des droits de reproduction (Copibec), 5:172, 175

International Interests in Mobile Equipment (aircraft equipment) Act. *See also* **Bill C-4, An Act to implement the convention on International Interests in Mobile Equipment and the Protocol to the Convention on International Interests in Mobile Equipment on Matters Specific to Aircraft Equipment**

Convention, applications

Canadian Bar Association (CBA), amendments, 10:31, 37–8, 44–6

International law, authorization, 10:18, 38, 40, 53

Participating countries, 10:12, 21–2, 29–30, 35, 39–40, 48–51, 53

Ratification, implementation, 10:8–12, 14, 20, 23–7, 29–31, 34–6, 38–40, 42–4, 48–51, 53–4

Debt capital markets, funding, 10:24–7, 30–1, 35–6, 49

Jurisdiction

Canada-American relations, 10:39, 43

Developing countries, 10:12, 16, 22, 40, 52

International registry, 10:10–12, 15–19, 21, 24, 30, 37–8, 42, 46–9, 51, 54

Provincial governments, 10:13–14, 16–17, 20–2, 26, 38–9, 41–2, 46, 48, 51, 54–5

Security interest, fees, 10:12–13, 16, 20–1, 23–4, 27, 30–1, 36–7, 42–4

International non-profit organizations

Arab Maghreb Union, 3:12

European Union, 3:12

International Federation of University Women (IFUW), 1:41

United Nations Commission on the Status of Women, 1:41

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO), 1:41

Journalism schools. *See also* **Expertise Under Journalists****Student population**

Aboriginal and minority groups, 3:28–9, 37; 5:21; 6:81; 7:15; 8:16, 61, 64, 66; 9:75; 21:29

Graduate programs, 2:67; 5:30, 32–3, 173; 6:161, 213; 7:30, 47; 8:6–7, 28; 16:20–2; 17:49–50

International students, 5:32; 6:75; 17:43

Profile, diversity, 3:33–5; 5:21, 117, 161; 6:22, 56, 77, 216–18; 7:46; 8:10–11; 11:25; 16:11, 16–19, 26–7; 17:43

Student-teacher ratio, 8:18–19

Training and resources

Canadian University Press (CUP), 15:30

Educational resources, 6:17, 168, 176, 213; 8:16, 18, 53; 11:25–7; 15:30, 96; 16:22, 42; 17:39; 18:18

Funding, 6:167; 7:21; 8:11; 9:51; 11:13, 27; 13:67;

14:40; 16:11, 19; 17:39, 42–4, 47–8, 64, 133, 137; 18:7–8, 12–15, 36, 40

Models and techniques, 3:22; 5:32; 6:166, 191, 193;

7:20, 47; 8:5–6, 10; 16:20–3, 28; 17:20, 38, 85; 18:14, 25; 21:28

Interventions gouvernementales – Suite**Réglementations – Suite**

Propriété, 1:68–9; 2:13, 44, 61; 4:149, 160–1, 164–172–3; 5:26–7, 99, 130–1; 6:12, 19, 30, 96, 106, 111:22, 56; 14:9; 17:27, 29, 34, 44, 55, 68, 107–8, 12142; 18:37, 47, 58

Radiodiffusion vs. médias imprimés, 2:60, 71–2; 3:44:14, 100, 160, 162, 170; 5:58; 11:42, 85; 13:11–15:35; 19:34, 38, 46

Journalistes. Voir aussi Éditeurs et professionnels**Conditions de travail**

Convergence, 2:56–7; 5:25, 73, 98–9, 121, 146; 6:34, 95, 111, 119–20, 142, 175, 184–5; 8:14–15, 21, 9:55, 58; 13:41–2, 46, 73–5; 15:9–11, 26–7, 86–8; 17:144; 19:46–7; 21:31

Droits et protection, 2:36; 3:21; 4:114; 5:109, 158–164–5, 169, 173–4, 176; 6:121, 198, 200–1; 7:6, 30; 8:18; 9:51; 13:52; 15:7–8, 26, 56; 17:60, 124; 19:622:50

Possibilités d'emploi, 1:71; 2:11, 64; 3:19, 21; 4:12; 82–3; 5:74, 118, 154–5; 6:38–9, 64, 213; 7:20, 48–8:19, 31–2; 9:56–7; 11:27–9, 78; 12:43; 13:69–71; 14:20; 17:62; 18:19, 52–3

Ressources, heure de tombée, 2:7–8, 14; 3:21–3; 4:142; 5:148–9; 6:200–1; 7:6–7, 30–1; 8:7, 15, 24, 2629; 11:42; 15:39, 88, 95; 17:84; 19:49

Salaires, contrats, 1:68; 2:18; 4:141, 145; 5:167–8, 3, 175–6; 6:22, 31, 44–5, 123, 168, 213–14; 7:49; 824; 9:60; 11:15–16, 28; 13:69–71; 15:52–3; 17:5662–3, 121

Connaissances spécialisées. *Voir aussi* **Écoles de journalisme**

Couverture locale, 2:40–1, 55, 67, 69; 4:15, 19–20; 110–11, 147, 152; 6:15–16, 38, 64, 100; 7:13, 43, 58:8–9, 14, 23; 9:57; 13:55; 15:13–14, 78; 16:32; 171, 49, 70, 82–4; 22:56

Développement professionnel, 3:18; 5:161; 6:17, 2193; 7:27; 8:22; 15:6–8, 18–19, 69

Enquête, recherche, 3:42; 4:44, 145–9; 5:30, 96; 6:17, 24–6, 28, 36, 182; 7:6, 67; 8:8, 26, 33, 64; 11:412:38; 15:6, 25, 44–5, 58, 67–8, 87–8; 17:54, 109;

Normes, 2:44–5; 5:30, 51, 172, 190; 6:17, 26, 111, 181–2, 184–7; 7:29–30, 66–7; 8:15, 21, 62–3; 11:711; 13:51, 75; 14:74; 15:70, 87; 16:7; 17:81, 83–4, 22:47, 58

Qualifications, 1:61, 71; 2:8, 27, 65, 67; 3:14, 16–14:17–18, 83, 144; 5:9–11, 113, 186; 6:47, 120; 8:59:5; 15:99–100; 16:6; 17:136; 22:61

Minorités visibles et autochtones

Équité en matière d'emploi, 2:62; 3:25–33, 39; 4:333, 121, 124, 126; 5:21, 33, 94; 6:80, 128, 212, 215; 8:25, 61; 9:65, 72–4; 16:27; 17:32, 57–8; 19:40–2

Influence sur les médias, 3:32–3, 39; 4:20, 67–8, 11:52:1; 6:73, 76, 81, 151, 170–1; 8:8, 16, 55, 61; 9:711:31; 13:51; 16:19; 17:56; 19:41

Journalistes anglais vs. français, 4:24, 33; 5:46; 9:12, 42; 14:47, 57

South Asian Journalists Club, 4:73

Statistiques, données du recensement, 3:26–8, 30–15:33; 6:212; 8:11; 9:71; 16:27; 19:41–2, 44

Journalism schools – Cont'd**Training and resources – Cont'd**

Technology, role, 4:150–1; 5:30; 6:174–5, 218–19; 16:19, 41–2, 44; 17:41–2, 49

Universities cited

Atlantic region, 3:41, 50; 15:76, 80, 94; 16:5, 7, 19, 20, 34, 41; 17:14, 21, 37–9, 42–3, 47–8, 50, 63, 85, 94–5, 110; 18:7, 13–14, 40
 Central region, 3:5, 35, 37; 4:121; 5:21–2, 31–2, 159; 7:18; 11:25–7; 15:28; 16:20; 17:46, 92; 18:14
 International schools, 7:6; 16:20; 17:46
 Western region, 5:32; 6:22, 45, 75, 136, 160–1, 169, 173, 175–6, 179, 192, 215, 221; 7:8, 15, 18, 21, 45, 47, 53; 8:5–7, 9, 11, 16, 19–20, 36, 63–4; 9:80; 11:26

Work experience

Community-based media, 7:45; 8:9; 14:46; 16:18; 17:45, 94; 18:40
 Internships, grants, 2:29–30; 3:8–12, 18; 4:77; 6:73, 213; 7:33, 45–6; 8:6–11, 18, 26, 52; 11:28; 13:73; 15:53; 16:11; 17:44, 95; 18:8, 18–19; 21:28–9
 Part-time employment, 7:46; 11:29–30; 13:68; 15:31, 84; 17:39, 95
 Qualifications, 1:58; 2:67; 3:18, 20; 5:32, 173; 8:6, 10, 25, 65; 9:46, 51; 13:73; 15:68; 16:6–8, 13, 15–22; 22:57
 Rural environment, 7:47; 8:9; 14:40–2

Journalists. See also Publishers and professionals**Barriers**

Access to information, 2:48; 4:145; 6:58; 7:5; 11:13, 36–7; 13:52; 15:21–2, 55–6, 71; 16:7; 19:34, 54–7; 21:17
 Community awareness, 2:66; 3:19, 21; 4:54; 5:13, 35, 160; 6:26–7, 192, 214; 8:17, 23; 13:72; 15:88, 9; 16:17; 18:54
 Conflict of interest, bias, 2:49–51; 4:37; 6:42, 119, 166–8, 185–6, 188, 194–6, 214; 7:19, 28–9; 8:18; 12:38; 16:65, 68; 17:42; 22:44, 47, 56, 58, 60
 Corporations, 2:41; 3:36; 4:47, 59, 82; 5:60, 115, 16, 157; 6:22, 28–9, 32–3, 41, 185; 8:9, 20–1, 23–4, 50; 9:59; 12:37; 13:62; 14:64–6; 15:20, 59; 16:6, 7, 63, 65; 17:66, 119, 142–3; 18:38–9
 Quality of journalism, 2:26; 5:32, 39, 45–6, 48, 97–8; 6:29, 43, 45, 183; 7:40; 9:46, 62, 81–2; 12:38; 15:8, 21, 27, 72, 77, 104; 16:15; 17:81–2, 84–7; 18:42; 22:46, 48–9

Expertise. See also Journalism schools

Investigation, research, 3:42; 4:44, 145–9; 5:30, 96; 6:16–17, 24–6, 28, 36, 182; 7:6, 67; 8:8, 26, 33, 64; 11:46; 12:38; 15:6, 25, 44–5, 58, 67–8, 87–8; 17:54, 109; 22:56
 Local coverage, 2:40–1, 55, 67, 69; 4:15, 19–20; 5:13, 110–11, 147, 152; 6:15–16, 38, 64, 100; 7:13, 43, 50; 8:8–9, 14, 23; 9:57; 13:55; 15:13–14, 78; 16:32; 17:30–1, 49, 70, 82–4; 22:56
 Professional development, 3:18; 5:161; 6:17, 26, 193; 7:27; 8:22; 15:6–8, 18–19, 69
 Qualifications, 1:61, 71; 2:8, 27, 65, 67; 3:14, 16–18; 4:17–18, 83, 144; 5:9–11, 113, 186; 6:47, 120; 8:5, 28; 9:5; 15:99–100; 16:6; 17:136; 22:61
 Standards, 2:44–5; 5:30, 51, 172, 190; 6:17, 26, 110, 178, 181–2, 184–7; 7:29–30, 66–7; 8:15, 21, 62–3; 11:7, 10–11; 13:51, 75; 14:74; 15:70, 87; 16:7; 17:81, 83–4, 87–8; 22:47, 58

Journalistes – Suite**Obstacles**

Accès à l'information, 2:48; 4:145; 6:58; 7:5; 11:13, 36–7; 13:52; 15:21–2, 55–6, 71; 16:7; 19:34, 54–7; 21:17
 Conflit d'intérêts, partialité, 2:49–51; 4:37; 6:42, 119, 166–8, 185–6, 188, 194–6, 214; 7:19, 28–9; 8:18; 12:38; 16:65, 68; 17:42; 22:44, 47, 56, 58, 60
 Connaissance de la communauté, 2:66; 3:19, 21; 4:54; 5:13, 35, 160; 6:26–7, 192, 214; 8:17, 23; 13:72; 15:88–9; 16:17; 18:54
 Qualité du journalisme, 2:26; 5:32, 39, 45–6, 48, 97–8; 6:29, 43, 45, 183; 7:40; 9:46, 62, 81–2; 12:38; 15:8, 21, 27, 72, 77, 104; 16:15; 17:81–2, 84–7; 18:42; 22:46, 48–9
 Sociétés, 2:41; 3:36; 4:47, 59, 82; 5:60, 115–16, 157; 6:22, 28–9, 32–3, 41, 185; 8:9, 20–1, 23–4, 50; 9:59; 12:37; 13:62; 14:64–6; 15:20, 59; 16:6–7, 63, 65; 17:66, 119, 142–3; 18:38–9

Rôle, compétition

Correspondant à l'étranger, 2:57; 3:6, 8–9, 11–12, 14–15, 20, 24; 4:57, 63; 5:23, 98; 6:39, 193; 8:18, 22, 26; 11:28, 9; 12:18, 23, 40–1; 13:57–8; 15:57, 60, 68; 19:31, 53; 21:22
 Éthique, 2:37; 3:23; 5:64, 171–2; 6:148, 168, 181–7, 190, 192, 194–200, 207, 221–2; 7:29; 13:76–7; 15:61, 87–8, 92–3; 19:55, 62–3
 Journaliste indépendant, 1:50, 68; 2:66; 3:7, 14, 16, 19; 4:154–5; 5:21, 118, 161, 163, 167, 171–4; 6:31, 120–1, 155–6, 193; 8:25; 11:15–16; 13:68–70; 17:99, 108, 123–6; 18:54; 19:47; 22:24–5
 Moyens de communication, 2:71–2; 4:149; 5:41–3, 102, 108, 147, 155; 6:102, 162–3, 172; 8:8, 17, 25; 15:51–2; 16:32, 40–1, 44–5; 17:27, 42, 45; 19:33, 37, 48–50; 21:20–1; 22:48
 Présentateur, journaliste, 2:35; 3:9; 4:144, 147–8, 150, 153; 5:51, 93, 99, 114, 161; 6:15–16, 66, 106, 108; 7:28; 8:13, 18; 9:52, 72; 11:22; 12:38; 13:43, 59, 61, 73–4; 14:6; 15:70; 17:37, 39; 21:10, 18

Journaux**CanWest. Voir aussi CanWest Global Communications Corporation**

Gazette, 1:50; 2:64; 4:133, 142, 155; 5:13, 35, 92, 100–1, 185; 6:34; 9:56, 58; 13:71
Leader-Post, 8:10, 19, 36, 38–9, 41, 51, 53, 57–62, 66; 15:13
National Post, 1:50, 55, 62, 64; 2:13, 50, 64; 3:13, 42; 4:59, 107, 110, 139, 141, 152, 156; 5:13, 28–9, 103; 6:42, 112; 7:66; 8:38–9, 41–2, 46–7, 56–8; 9:82; 11:31; 13:37, 59, 63, 70–1; 15:76; 17:48, 129; 18:46; 19:43–4, 54; 21:19–20
Ottawa Citizen, 1:31, 50; 2:34; 3:23; 5:26; 8:15; 9:45; 13:32, 50, 52, 56, 70
Vancouver Sun, 4:38; 6:14, 44, 55, 75, 95, 109–10, 112–13, 122–5; 7:67; 9:56

Corporations. Voir aussi Éditeurs cités Sous Éditeurs et professionnels

Black Press, 6:68, 97, 120; 7:36, 44; 11:7, 21; 15:77; 17:27–8, 34, 36, 40, 44
 F.P. Canadian Newspapers Limited Partnership, 9:46
 Great West Newspapers, 7:36, 50

Journalists – Cont'd

Role, competition

Ethics, 2:37; 3:23; 5:64, 171–2; 6:148, 168, 181–7, 190, 192, 194–200, 207, 221–2; 7:29; 13:76–7; 15:61, 87–8, 92–3; 19:55, 62–3

Foreign correspondent, 2:56; 3:6, 8–9, 11–12, 14–15, 20, 24; 4:57, 63; 5:23, 98; 6:39, 193; 8:18, 22, 26; 11:28–9; 12:18, 23, 40–1; 13:57–8; 15:57, 60, 68; 19:31, 53; 21:22

Freelancer, 1:50, 68; 2:66; 3:7, 14, 16, 19; 4:154–5; 5:21, 118, 161, 163, 167, 171–4; 6:31, 120–1, 155–6, 193; 8:25; 11:15–16; 13:68–70; 17:99, 108, 123–6; 18:54; 19:47; 22:24–5

Media sources, 2:71–2; 4:149; 5:41–3, 102, 108, 147, 155; 6:102, 162–3, 172; 8:8, 17, 25; 15:51–2; 16:32, 40–1, 44–5; 17:27, 42, 45; 19:33, 37, 48–50; 21:20–1; 22:48

Reporter, anchorperson, 2:35; 3:9; 4:144, 147–8, 150, 153; 5:51, 93, 99, 114, 161; 6:15–16, 66, 106, 108; 7:28; 8:13, 18; 9:52, 72; 11:22; 12:38; 13:43, 59, 61, 73–4; 14:6; 15:70; 17:37, 39; 21:10, 18

Visible minorities and aboriginal people

Employment equity, 2:62; 3:25–33, 39; 4:34, 81–3, 121, 124, 126; 5:21, 33, 94; 6:80, 128, 212, 215; 7:15; 8:25, 61; 9:65, 72–4; 16:27; 17:32, 57–8; 19:40–2

English vs. French journalists, 4:24, 33; 5:46; 9:18, 21–2, 42; 14:47, 57

Influence on media, 3:32–3, 39; 4:20, 67–8, 123–4; 5:21; 6:73, 76, 81, 151, 170–1; 8:8, 16, 55, 61; 9:74; 11:31; 13:51; 16:19; 17:56; 19:41

South Asian Journalists Club, 4:73

Statistics, census data, 3:26–8, 30–8, 40; 5:33; 6:212; 8:11; 9:71; 16:27; 19:41–2, 44

Working conditions

Convergence, 2:56–7; 5:25, 73, 98–9, 121, 146; 6:9, 27, 34, 95, 111, 119–20, 142, 175, 184–5; 8:14–15, 21, 25; 9:55, 58; 13:41–2, 46, 73–5; 15:9–11, 26–7, 86–8; 17:144; 19:46–7; 21:31

Employment opportunities, 1:71; 2:11, 64; 3:19, 21; 4:12, 18, 82–3; 5:74, 118, 154–5; 6:38–9, 64, 213; 7:20, 48–50; 8:19, 31–2; 9:56–7; 11:27–9, 78; 12:43; 13:69–71; 14:20; 17:62; 18:19, 52–3

Resources, deadlines, 2:7–8, 14; 3:21–3; 4:134, 142; 5:148–9; 6:200–1; 7:6–7, 30–1; 8:7, 15, 24, 26–7, 29; 11:42; 15:39, 88, 95; 17:84; 19:49

Rights and protection, 2:36; 3:21; 4:114; 5:109, 158–9, 164–5, 169, 173–4, 176; 6:121, 198, 200–1; 7:6, 30–1; 8:18; 9:51; 13:52; 15:7–8, 26, 56; 17:60, 124; 19:60–2; 22:50

Salaries, contracts, 1:68; 2:18; 4:141, 145; 5:167–8, 171–3, 175–6; 6:22, 31, 44–5, 123, 168, 213–14; 7:49; 8:10, 24; 9:60; 11:15–16, 28; 13:69–71; 15:52–3; 17:56–60, 62–3, 121

Knowledge Network

Crown corporation, 6:87–8, 90–1; 7:60

Educational programming

Open Learning Agency (OLA), 6:89–90; 7:55

Partnerships, projects, 6:83, 85–9, 91–4; 7:61

Programs and resources, 6:83, 85, 89–90, 92–4

Regional information, British Columbia, 6:82–3, 86, 89, 91–2, 94, 132

Journaux – Suite

Corporations – Suite

Groupe Transcontinental Ltée, 3:50; 13:6, 20, 36; 14

7; 15:9, 13; 17:27–8, 34–5, 77, 86; 18:32–3, 59

Sun Media, 2:8–9, 17–18, 40, 50; 3:13; 5:16, 38, 44, 7, 50–2; 7:17, 36, 44; 8:13; 9:80–1; 11:33; 13:47

Journaux régionaux

Provinces de l'Atlantique, 3:40–4, 46, 49, 51; 6:194; 14:26, 53–4, 63, 65, 68–9; 15:63, 75, 95; 16:8, 10, 11, 29, 55; 17:10, 14, 37–8, 46–9, 51, 56–8, 63, 69–74, 77, 87, 96, 101, 104–5, 108–11, 115, 120–3, 125, 131, 142; 18:10–11, 15–16, 22, 24–5, 30–1, 34–6, 40–1, 45, 59

Région de l'Ouest, 2:55, 64–6; 3:45; 4:13, 40; 6:19, 5, 66, 98, 108–9, 117, 120, 221; 7:9–12, 66, 69–70; 9:13; 11:7; 15:100; 22:59

Région du Centre, 2:55, 63, 67; 4:41, 46, 74, 141, 145; 5:9, 11, 13, 17, 27, 149; 6:15, 114, 169, 174; 9:46–7, 16:14, 26

Région du Québec, 5:9–11, 13, 15, 35, 71, 73, 102, 108, 111, 114, 118–19, 121–2, 166, 185–6; 6:198; 12:19, 25–6; 17:91, 101

Publications étrangères

États-Unis, 2:34, 74; 3:14, 16; 4:39, 136, 151–2; 5:9, 101; 6:125, 173, 189, 195; 9:7, 54; 11:23, 33; 12:40; 15:54, 57, 70, 97; 16:38; 17:40, 50, 107; 19:17, 45, 22:39

Haaretz, 6:141

Journaux chinois, 1:28–9, 35; 4:56, 108–10; 6:75–6, 210; 11:32, 34–5

Ming Pao Daily News, 6:72, 75, 78–80, 170–1

Royaume-Uni, 1:61, 65; 2:74; 4:39, 154; 5:9; 6:139; 15:57, 85; 19:17, 52, 57–8

Quotidiens. Voir aussi Corporations filiales Sous Torstar Corporation

La Presse, 5:11, 49–50, 92, 101, 107–10, 112–13, 117–20, 149, 161, 168, 181; 6:177, 197; 12:17–19, 23–6, 28, 30, 32, 37, 40; 20:39

London Free Press, 2:37, 39–40, 42, 55, 63; 5:46

Metro, 5:9, 11; 6:174; 9:47; 11:23–4, 33; 13:37, 46, 56, 80

Winnipeg Free Press, 9:44–5, 48, 54–6, 58–9, 78, 81; 11:31

Journaux indépendants

Concurrence, 4:43; 6:64–5, 102, 157; 7:35, 44–5, 48; 8:13; 9:5–13, 39, 53, 60; 14:51; 15:18, 35, 39, 43, 92; 17:58, 71–4, 78, 100, 134–5, 141, 148

Journaux communautaires

Communautés rurales, 5:118; 9:12; 14:27, 39–40, 45; 15:10, 15; 17:96, 101; 18:28

Reportages locaux, 3:40–1; 7:13, 34, 40, 42; 8:38; 37, 48; 14:27, 48, 51, 63; 15:17, 95, 97; 16:61, 63; 21, 38, 61, 69–70, 73, 119

Tendances, rôle, 5:9; 6:59, 70, 95; 7:39, 48; 8:12–9:44–5, 48; 11:23, 47–8; 15:42; 16:13, 17–18; 17:45, 75, 78, 89, 98, 110–11, 118, 140–1, 147

Plan d'affaires

Acquisitions, ventes, 3:51; 4:47; 5:154; 14:64; 16:17:58, 65, 67, 69–71, 74–7, 80, 112

Knowledge Network – Cont'd

Funding sources

- Budget, grants, donations, **6:86–90, 94**
- Competition, national broadcasters, **6:82–3, 85–6**
- Licence fees, **6:84–5, 87–9, 93**
- Ministry of Advanced Education, **6:86, 88**
- Public broadcaster, mandate, **6:82, 90, 92**

Labour unions

Communications, Energy and Paperworkers Union of Canada (CEP)

- Advisory council, ombudsman, **2:43–6**
- Media accountability, recommendations, **2:37, 43, 49; 6:12–13, 15**
- Media union, representation, **2:36, 40, 43, 45, 50; 4:38; 6:8; 14:26**
- Political activity, legislation, **2:44–5, 50, 52–4; 8:30; 17:8**
- Polls, surveys, **2:39; 6:10; 7:45**

Fédération nationale des communications (FNC)

- Broadcasting, criticisms and concerns, **5:41, 124–5, 127, 131**
- Cultural identity, media influences, **5:123, 126, 129, 131**
- Membership, **5:122**

Media

- Monitoring committee, role, **5:37–8, 43–5, 115–16**
- Montreal Newspaper Guild, **5:99**
- Representation, concerns, **5:165–6, 171, 176; 6:198; 9:51, 75; 13:20; 17:36, 145–7; 18:19; 22:49–50, 55–6**
- Syndicat des Communications de Radio-Canada, **5:49, 120; 18:19; 22:55**
- Union des artistes (UDA), **5:78, 82**

Regroupement des syndicats de Gesca. *See also Gesca Ltée*

- Employee representation, intervention, **5:107–10, 113–14**
- Media concentration, reports, **5:107, 114; 12:42**
- Membership, **5:107, 122**

Syndicat des travailleurs de l'information du Journal de Montréal

- Collective agreement, implementation, **5:47, 52**
- Cross-promotion strategies, criticisms, **5:40–2, 45–6**
- Independence of media, barriers, **5:43–4, 47, 52, 146, 152**

Lobbying and representation

Associations, businesses

- Association of Canadian Advertisers (ACA), **4:101–15; 5:83, 89–90**
- Association of Fundraising Professionals (AFP), **23:62–4, 68, 70–2**
- Association of Quebec Advertising Agencies (AAPQ), **5:77–89**
- British Columbia, City of Burnaby, **6:128–33**
- Canadian Federation of Independent Business (CFIB), **23:39–42, 44, 49–50, 53–4**
- Canadian Federation of University Women (CFUW), **1:41, 44–7, 53; 15:60**
- Canadian Life and Health Insurance Association Inc. (CLHIA), **23:64–5, 67**
- Canadian Marketing Association (CMA), **23:38–9, 44–8, 50, 52, 54–5, 57–8, 70, 72**
- Canadian Race Relations Foundation (CRRF), **4:116–19, 121–8, 130–1**
- Eden Clean Air and Heating, **23:42–6, 50–1**

Journaux indépendants – Suite

Plan d'affaires – Suite

- Budget, revenus, **5:71; 6:67; 7:49; 9:7–8, 10, 12–13, 48, 60; 11:49; 14:52, 56; 15:93; 17:55, 58, 71, 75–6, 79, 91, 135; 18:29**
- Décisions en matière de dotation, **5:118; 7:45–6; 8:9, 14; 9:39–40, 42, 54, 59; 14:47; 15:95, 97; 16:50; 17:46, 57, 86, 102**
- Entreprise familiale, **8:13; 15:29, 32, 42; 17:69**
- Gouvernance, **1:64, 69–71; 2:24, 32; 15:35–7, 70, 73, 80; 16:45; 17:34, 46, 75, 115**
- Publications hebdomadaires
 - Données, statistiques, **5:69, 112; 6:68; 7:48; 15:93; 17:14, 79, 134**
 - Événements culturels, divertissement, **5:15, 35; 6:151**
 - Marketing, **6:59, 72, 97, 100; 7:32–3, 50; 8:29, 39; 9:6, 8–9, 38; 14:50–1, 53, 59, 65; 15:17, 93–6; 16:25, 50–3; 17:45–6, 69, 79, 100, 105–6, 143**

Knowledge Network

Émissions éducatives

- Émissions et ressources, **6:83, 85, 89–90, 92–4**
- Information régionale, Colombie-Britannique, **6:82–3, 86, 89, 91–2, 94, 132**
- Open Learning Agency (OLA), **6:89–90; 7:55**
- Partenariats, projets, **6:83, 85–9, 91–4; 7:61**

Radiodiffuseur public, mandat, **6:82, 90, 92**Société d'État, **6:87–8, 90–1; 7:60**

Sources de financement

- Budget, subventions, dons, **6:86–90, 94**
- Concurrence, radiodiffuseurs nationaux, **6:82–3, 85–6**
- Droits de permis, **6:84–5, 87–9, 93**
- Ministry of Advanced Education, **6:86, 88**

Lobbying et représentationAssociations, entreprises. *Voir aussi Syndicats*

- Association canadienne des annonceurs (ACA), **4:101–15; 5:83, 89–90**
- Association canadienne des compagnies d'assurances de personnes (ACCAP), **23:64–5, 67**
- Association canadienne du marketing (ACM), **23:38–9, 44–8, 50, 52, 54–5, 57–8, 70, 72**
- Association des agences de publicité du Québec (AAPQ), **5:77–89**
- Association of Fundraising Professionals (AFP), **23:62–4, 68, 70–2**
- Centre pour la défense de l'intérêt public (CDIP), **23:56–62**
- Colombie-Britannique, Ville de Burnaby, **6:128–33**
- Eden Clean Air and Heating, **23:42–6, 50–1**
- Fédération canadienne de l'entreprise indépendante (FCEI), **23:39–42, 44, 49–50, 53–4**
- Fédération canadienne des femmes diplômées des universités (FCFUDU), **1:41, 44–7, 53; 15:60**
- Fondation canadienne des relations raciales (FCRR), **4:116–19, 121–8, 130–1**
- Magazines Canada, **22:8, 11–12, 14–16, 18–19, 21–2, 24–5, 28**
- Muslims for Peace and Justice, **8:55, 58, 60**
- Nunavut Eastern Arctic Shipping Inc. (NEAS), **20:10–28, 30, 33, 35**

Lobbying and representation – Cont'd

Associations, businesses – Cont'd

- Magazines Canada, **22:8**, 11–12, 14–16, 18–19, 21–2, 24–5, 28
 Muslims for Peace and Justice, **8:55**, 58, 60
 Nunavut Eastern Arctic Shipping Inc. (NEAS), **20:10–28**, 30, 33, 35
 Primerica Financial Services (Canada) Ltd., **23:65–9**, 71–3
 Public Interest Advocacy Centre (PIAC), **23:56–62**
 REAL Women of Canada, **4:23**, 29–32

Broadcasting and television

- Association des radiodiffuseurs communautaires du Québec (ARQC), **5:53–63**
 Cogeco Inc., **13:5–30**
 Envol 91.1 FM (CKXL), **9:34–7**, 40–1
 Fairchild Television Ltd. (Fairchild TV), **6:201–13**
 Television Niagara (TVN), **4:7–9**, 15, 20

Community newspapers, publications

- Corriere Canadese*, **4:50–4**, 57–8, 61, 63
Farmers' Independent Weekly, **9:5**, 7
Shunpike Magazine, **15:57–76**
Tyee, The, **6:95–113**, 135
Walrus, The, **1:58–71**; **6:31**; **15:52**; **22:18**
Western Standard, **2:22–5**, 27–9, 32, 35

Francophonie

- Acadie Nouvelle*, **3:44**; **17:22**, 62–3, 90–102, 137, 141–2, 148; **18:7**, 16, 25–6, 46, 56
Courrier de la Nouvelle-Écosse, Le, **16:45** 60
Gaboteur, Le, **14:47–9**, 51–3, 56–9
Liberté, La, **9:37–9**, 41–3
Voix Acadienne, La, **18:27–33**

Partnerships, journalists. *See also* **Press councils**

- Alberta Weekly Newspapers Association (AWNA), **7:10**, 14, 23, 26, 32–7, 44–5, 50
 Association des journalistes indépendantes du Québec (AJIQ), **5:59**, 164–7, 169–71, 173–7
 Canadian Community Newspapers Association (CCNA), **3:40**, 42; **5:65**, 75; **6:58–71**; **7:32**, 36 8, 43
 Fédération professionnelle des journalistes du Québec (FPJQ), **5:145–51**, 153 6, 160, 171, 174, 190
 Quebec Community Newspapers Association (QCNA), **5:64–77**, 89

Local television stations. See also **Broadcasting companies**

Cultural, educational services

- Foreign stations, **7:57**
 OMNI, **4:8**, 16, 57, 64, 67–8; **9:73**
 Talentvision, **6:202**, 204, 206–7
 Telelatino (TLN), **4:53**

Francophonie

- TQS, **5:37–8**, 44, 51, 132; **12:34**; **13:5**, 11, 19–21
 TVA, **2:38**; **5:37**, 39–40, 45, 50–1, 132, 146, 149, 151–2; **9:29**; **11:73**; **12:35**, 39; **13:22**; **22:41**
 TV5, **4:57**; **5:129**, 132; **9:16**

Specialty channels

- Deaf TV, **4:64–7**, 69–70
 Pride Vision TV, **4:35**
 Report on Business Television (ROB), **19:29**, 32; **21:24**
 Vision TV, **4:25**, 28, 79–80; **6:85**; **9:75**; **14:70**; **15:57**, 98
 Women's Television Network (W Network), **4:79–80**

Lobbying et représentation – Suite

Associations, entreprises – Suite

- Primerica Financial Services (Canada) Ltd., **23:65–9**, 3
 REAL Women of Canada, **4:23**, 29–32

Francophonie

- Acadie Nouvelle*, **3:44**; **17:22**, 62–3, 90–102, 137, 148; **18:7**, 16, 25–6, 46, 56
Courrier de la Nouvelle-Écosse, Le, **16:45–60**
Gaboteur, Le, **14:47–9**, 51–3, 56–9
Liberté, La, **9:37–9**, 41–3
Voix Acadienne, La, **18:27–33**

Journaux communautaires, publications

- Corriere Canadese*, **4:50–4**; **57–8**, 61, 63
Farmers' Independent Weekly, **9:5**, 7
Shunpike Magazine, **15:57–76**
Tyee, The, **6:95–113**, 135
Walrus, The, **1:58–71**; **6:31**; **15:52**; **22:18**
Western Standard, **2:22–5**, 27–9, 32, 35

Partenariats, journalistes. *Voir aussi* **Conseils de presse**

- Alberta Weekly Newspapers Association (AWNA), **14**, 23, 26, 32–7, 44–5, 50
 Association des journalistes indépendants du Québec (AJIQ), **5:59**, 164–7, 169–71, 173–7
 Association des journaux régionaux du Québec (AJR), **5:64–77**, 89
 Canadian Community Newspapers Association (CCNA), **3:40**, 42; **5:65**, 75; **6:58–71**; **7:32**, 36–8, 43
 Fédération professionnelle des journalistes du Québec (FPJQ), **5:145–51**, 153–6, 160, 171, 174, 190

Radiodiffusion et télévision

- Association des radiodiffuseurs communautaires du Québec (ARQC), **5:53–63**
 Cogeco Inc., **13:5–30**
 Envol 91.1 FM (CKXL), **9:34–7**, 40–1
 Fairchild Television Ltd. (Fairchild TV), **6:201–13**
 Television Niagara (TVN), **4:7–9**, 15, 20

Loi modifiant la Loi sur la marine marchande du Canada**Loi de 2001 sur la marine marchande du Canada, la Loi****les aires marines nationales de conservation du Canada****Loi sur les océans. Voir aussi** **Projet de loi C-3**

Discussion, objectif

- Amendements, **20:17**, 19, 21, 23–4, 27
 Cadre stratégique, **20:12**, 14, 19, 23, 29–30, 35–6, 5
 Législation actuelle, **20:21**, 29, 31, 46–7
 Paragraphe 16(2), **20:10**, 19
 Frais maritimes, politique du paiement, **20:10–13**, 15, 1
 23, 33, 49
 Responsabilités réglementaires et opérationnelles, **20:10**
 16–17, 19, 21, 26, 29–32

Loi modifiant la Loi sur les télécommunications. Voir au**Projet de loi C-37, Loi modifiant la Loi sur les****télécommunications**

Cadre législatif

- Législation actuelle, considérations, **23:10–12**, 24, 42–4, 53, 63, 65
 Lignes directrices, repères, **23:18**, 21, 28 30, 33–4, 41–2, 49, 51, 66, 69, 76–7
 Protection du consommateur, **23:10**, 23–4, 35, 56–72, 76–7

Local television stations – Cont'd

Television network

Citytv, 2:5–6, 9; 4:8, 17; 6:206; 7:54, 57; 21:25
 CPAC, 4:168; 13:8, 26, 28; 16:29; 19:50
 Toronto 1, 2:5 6, 8, 16–18; 5:47; 13:63; 21:25

Magazines. See Periodicals**Marine transportation. See Water transport industry****Media industry structure**

Bias, concerns

Content, 2:13, 41, 49, 71; 3:15–17, 20; 4:92; 5:16, 19, 102, 133; 6:37, 154, 179–80; 7:41–2, 66, 69; 8:51; 9:49, 61, 78–80; 13:16; 14:70–2; 15:59, 62–5, 72, 77–8, 99; 17:81–2; 19:19, 23; 22:52
 Corporate management, 5:41–2, 45–6, 101, 118; 6:56, 152, 157–9, 164, 168, 177, 197, 214; 7:24; 8:9, 40; 9:81–2; 11:43–4; 13:33, 68; 15:59; 16:15; 17:47, 109, 120, 130; 22:46–8
 Discrimination, 3:38; 4:117–18, 120–4, 127–30; 5:92; 6:22–3, 49, 51, 54, 140–2, 145–6, 151; 8:54–7, 63–4; 11:44–5; 14:69–71, 73–4
 Interest groups, 2:50–1; 4:34–6, 50, 120, 122; 5:29–30, 100–1; 6:54, 129, 132, 134, 136; 8:55–6, 58–60; 11:55, 57; 13:33; 14:46, 69–70; 15:101–3
 Politics, 2:25–6, 53; 4:32–4, 158; 5:70, 75, 97, 101, 144–5; 6:20, 36, 110, 115, 164, 177; 7:40, 68; 8:30–1; 11:39–40; 12:38–9; 14:45, 54–5; 15:61, 70, 72; 16:15–16; 17:12–13, 116–17

Business practices

Jurisdictions, bureaux, 3:24; 5:17, 19–20, 31, 37–8, 102, 117, 150, 162, 178; 6:11, 100; 7:60; 8:43–5; 17:30
 Objectives, 4:55, 129, 136; 5:90, 162; 6:17–18, 102, 133–4, 168, 188; 7:19, 39; 8:20, 49–50, 65; 9:60–1; 11:48–9, 85; 13:38; 15:23; 16:40; 17:26, 28; 18:47, 53; 19:49–50, 59; 21:27
 Policies, 4:172; 5:11, 25, 64–5, 74, 76, 179–80; 6:6, 62, 108–9, 125, 182, 184–5, 187, 189, 198; 7:14, 18, 22, 66–7; 9:52; 13:22, 30, 77; 16:6, 32; 17:89; 22:8, 54, 59, 61
 Management, 2:44; 4:78, 151; 5:53–4, 130–1, 133, 144; 6:24, 57, 105, 130–1, 137, 150; 7:31, 35; 9:22; 11:27, 68, 80; 13:7, 11; 15:17, 36, 80–1, 83–5; 19:25–6; 22:53, 63–4
 Regulations, 4:7, 102, 135; 5:29, 62, 67–8, 124–5, 150, 157, 159–60; 6:103, 114, 145; 9:48–9, 54; 11:9, 40, 43, 97; 12:43; 13:45, 78–9; 14:25; 16:5, 12, 17; 17:72; 18:17; 19:54; 23:34

Guidelines, standards

Collaborations, studies, 5:64, 182; 6:48–50, 52, 57, 155, 171, 176, 181, 183, 187–8; 8:21–2, 51; 9:50; 12:25–6, 31; 16:6–7, 29; 19:8–9; 22:46–7, 58, 61–2
 Funding initiatives, research, 5:179–80; 6:48, 52–3, 56–7, 177; 8:23, 52; 11:14; 14:36, 38, 43; 16:37; 17:61–2, 100; 22:27
 International media policies, 6:49–51, 57, 170, 188, 190, 192; 9:36; 13:23, 33; 14:17; 17:19–20, 40; 18:8; 19:8, 11–12, 16–17, 21; 22:34, 49, 54, 61; 23:15
 Memberships, fees, donations, 6:97, 122; 7:32, 35–6, 40–1, 43–4; 11:39; 15:17; 22:21

Loi modifiant la Loi sur les télécommunications – Suite
 Entreprise

Centre d'appels, accords de service, 23:20, 45, 68–9
 Commerce, impact économique, 23:18, 48, 65–7
 Démarrage d'une entreprise, petites entreprises, 23:17, 19, 41–51, 53, 55, 59, 66, 68, 72
 Organismes de bienfaisance, 23:21–7, 33–5, 48, 55–8, 61, 63–4, 67–71
 Relation d'affaires en cours, 23:17–18, 21, 39–40, 42–8, 51–3, 56–62, 64–7, 72, 74

Gestion. *Voir aussi* Conditions imposées *Sous Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC)*

Coûts, en comparaison au registre des armes à feu, 23:16–17, 26, 30
 Régime de sanctions administratives pécuniaires (RSAP), 23:33, 35, 74
 Réglementation, modifications, 23:15–16, 25–6, 31–2, 39–40, 43–5, 58, 61–2, 68, 74–7
 Terminologie et exemptions, 23:11–16, 18, 20–3, 25, 27, 29, 34, 39–40, 45–8, 51–9, 61–2, 65–9, 71, 74, 76–7

Marketing direct

Composeur-messager automatique, 23:35, 66, 69
 Conformité, amendes, 23:21–2, 27, 30–6, 40, 42–3, 46, 52–4, 59, 69, 71, 74, 77
 Listes de numéros exclus, 23:11–16, 18–33, 35, 37–41, 44–9, 55–8, 61–5, 69–73, 76–7
 Télécommunications, modèles étrangers, 23:10–18, 24–5, 29–30, 33–4, 43–4, 46–7, 53–4, 56–7, 59, 62–3, 68–9, 71–3, 77

Loi modifiant la Loi sur Téléfilm Canada et une autre loi en conséquence. Voir aussi *Projet de loi C-18, Loi modifiant la Loi sur Téléfilm Canada et une autre loi en conséquence et aussi* **Téléfilm Canada**

Article 10, 12:51–2

Loi sur Téléfilm Canada, 12:45–6

Modernisation, terminologie, 12:61–5

Objectifs, 12:44–6, 48–51, 54, 58, 61, 65, 67–9

Loi sur les garanties internationales portant sur des matériels d'équipement mobiles (matériels d'équipement aéronautiques). Voir aussi *Projet de loi C-4, Loi de mise en œuvre de la Convention relative aux garanties internationales portant sur des matériels d'équipement mobiles et du Protocole portant sur les questions spécifiques aux matériels d'équipement aéronautiques à la Convention relative aux garanties internationales portant sur les matériels d'équipement mobiles*

Accord, applications

Association du Barreau canadien (ABC), amendements, 10:31, 37–8, 44–6
 Droit international, autorisation, 10:18, 38, 40, 53
 Pays participants, 10:12, 21–2, 29–30, 35, 39–40, 48–51, 53
 Ratification, mise en œuvre, 10:8–12, 14, 20, 23–7, 29–31, 34–6, 38–40, 42–4, 48–51, 53–4

Juridiction

Gouvernements provinciaux, 10:13–14, 16–17, 20–2, 26, 38–9, 41–2, 46, 48, 51, 54–5
 Pays en développement, 10:12, 16, 22, 40, 52

Media industry structure – Cont'd

Guidelines, standards – Cont'd

Monitoring, 3:31; 5:121–3; 6:50, 52–7, 169, 186–7, 192
3; 7:17, 32; 8:23, 34; 11:14, 38; 13:16; 14:72; 15:18, 54–
5; 16:12–13; 17:62, 92, 97, 124; 19:61; 22:39

Profit and expenses

Centralization, 2:9, 16, 23, 26, 37, 42; 4:8, 19; 5:72–3,
113, 178; 7:48; 8:35; 17:76–7, 101
Corporate image, 2:31; 4:40, 46–7, 146; 5:22–3, 70, 88,
99, 113, 160; 6:67, 115–16, 153; 17:8
Quality control, 3:21; 5:12, 14, 31, 132, 173; 6:9–10, 18,
29, 56; 7:13, 42, 67; 8:24, 32; 9:59–60; 11:12, 26; 12:23,
41–2; 13:33; 15:81; 16:13, 25; 17:81, 83, 85, 88, 110
Staffing, 3:12–13, 31; 5:60, 111–12, 119; 6:18–19, 110;
7:13; 8:24, 29–30; 9:56–7; 11:26–8, 78; 15:15, 20–1;
16:6; 17:83, 86–7; 22:48, 57
Tabloids, free daily, 4:43, 137; 5:10–17, 35, 73; 6:9,
173–4; 7:38, 41, 48; 8:12; 9:47, 57; 11:23–4, 33; 12:42;
13:37, 79–80; 15:75–6; 17:73, 117, 119; 19:59–60

Strategies

Entertainment, reality television programs, 4:105; 5:38–
40, 42, 146, 152; 6:91, 136; 21:33–4
Foreign bureau, 3:8, 12, 16–17, 19–20, 24; 5:98, 151;
6:195; 11:46; 12:39–41; 13:60, 71; 15:89; 19:30, 51–2;
21:22
Media relations, 2:24; 3:10; 6:130–3, 153, 182, 187,
191–3, 200; 7:22, 27; 11:19, 86; 15:68–72, 103
News reports, 4:136; 7:69–71; 8:21; 9:78; 11:39, 51;
12:30; 13:38; 14:74; 15:7, 18, 67, 98, 104, 110; 18:19–
21; 21:29–32
Public interest, 4:172; 5:22, 34, 44, 108, 122, 189–90;
6:157, 186–9; 7:30–1; 8:30–1, 46, 49, 60; 9:47, 79;
11:42–5, 94, 99; 12:27–9, 31, 43; 14:27, 36, 69; 17:24,
129–30, 145; 22:51

Media literacy. See also Audience targeting

Consumer attitude

Culture, religion, 1:52; 9:22–3; 11:89; 12:20; 14:69, 71,
73; 15:45, 62–4, 75, 97–8; 19:53; 22:52–3
Participation, 2:20, 58; 4:55, 149, 152; 5:15, 97, 161;
6:49, 108, 172, 191; 7:45–6; 8:14, 17; 11:45; 12:32;
13:56; 14:26–7, 30, 45, 49; 15:40; 16:20–1; 17:10, 16,
88, 123–5, 145, 147
Preferences, 1:58, 60, 63; 2:31; 4:32; 5:16; 6:55, 164,
180; 14:31, 37, 46, 74; 15:41, 54, 56, 58, 73; 16:14, 24–
6, 39, 43–4; 18:26, 52; 19:30, 34, 39–40; 21:34; 22:31,
55
Research, statistics, 2:20, 27; 6:166, 179; 12:36; 13:57;
14:27–8, 31, 35, 37–9, 42, 45–6; 15:31, 102, 104–5;
16:23–4, 28; 19:45; 22:52, 61; 23:56, 58–9, 64
Social issues, 2:22–3; 4:91, 150; 6:165, 173; 7:53, 69–
70; 9:14; 12:28, 33; 14:37, 44, 61–2, 73–4; 15:58–9, 71–
2, 109–10; 16:8, 14, 24; 17:21–2, 84–5, 111, 114, 132;
18:23, 27; 22:10, 47, 62

Information sources

American networks, publications, 2:11–12; 15:101, 104;
22:11
Books, periodicals, 1:56, 61; 16:25
Disinformation, bias, 15:61–7, 70–2, 74; 17:25; 18:17,
22–3; 22:38–9, 42, 52, 61–2
National and foreign news, 3:24; 11:23–5; 12:22; 15:91,
108; 17:30; 19:51–3; 21:20

**Loi sur les garanties internationales portant sur des mat
d'équipement mobiles (matériels d'équipement
aéronautiques) – Suite**

Jurisdiction – Suite

Registre international, 10:10–12, 15–19, 21, 24, 30,
42, 46–9, 51, 54
Relations canado-américaines, 10:39, 43
Sûreté, frais, 10:12–13, 16, 20–1, 23–4, 27, 30–1,
42–4
Marchés des capitaux d'emprunt, financement, 10:24–7,
1, 35–6, 49

**Loi sur les ponts nécessaires au parachèvement du
l'autoroute 30. Voir aussi Projet de loi S-31, Loi autorisa
construction et l'entretien d'un pont franchissant le fleuve
Saint-Laurent et d'un pont franchissant le canal de
Beauharnois en vue du parachèvement de l'autoroute 30**

Législation actuelle, considérations, 20:36–7, 44

Privatisation

Industrie de la construction, 20:43
Modèles, 20:41, 43
Partenariat public-privé, 20:38–40, 42–4
Transport routier, péage, 20:41, 43

Projet d'extension

Accord fédéral-provincial, 20:37, 39–42
Développement économique, 21:35
Financement, investissement, 20:37–8, 42–3
Infrastructure, statistiques, 20:38–9, 41, 44; 21:35
Stratégie, construction, 20:37–42; 21:35

Rapports d'étapes, évaluations, 20:40–1

Lois citées

Édition, média

Loi modifiant la Loi sur la radiocommunication, 11
63
Loi sur la radiodiffusion, 1:43; 4:7, 9–12, 24, 60, 8
101, 120; 5:56, 93, 148; 6:82–5, 89–90, 149–50, 20
7:51; 9:67–8; 11:62–3; 13:13, 16, 35, 40; 15:79, 8
21:13; 22:33, 49–50
Loi sur la Société de télédiffusion du Québec (Loi
Télé-Québec). Voir aussi **Télé-Québec**, 5:136
Loi sur le droit d'auteur, 1:45, 50; 5:158, 166–70; 6
147; 11:13, 15–16; 12:64
Loi sur les services publicitaires fournis par des édi
étrangers, 4:56, 106, 138

Éthique

Alberta, Loi sur l'accès à l'information et la protect
la vie privée, 7:46
Loi sur la preuve au Canada, 5:149
Loi sur la protection de l'information, 4:145; 11:13
13:52–3
Loi sur la protection des renseignements personnel
3:28; 6:199–200; 19:54; 23:40
Loi sur le multiculturalisme canadien, 4:129; 12:54

Investissement

Bankruptcy Code - É.-U., 10:9–11, 16–17, 34, 41
Loi sur la faillite et l'insolvabilité, 10:11, 16, 37, 4
Loi sur le développement des exportations, 10:8
Loi sur les banques, 10:37
Loi sur l'investissement Canada, 1:44

Media literacy – Cont'dInformation sources – *Cont'd*

Trends, 2:67–8; 5:11–12, 14, 35, 163; 6:18, 45–6, 104, 116, 169, 173, 217–18, 220; 8:32; 11:24, 86; 12:42; 14:31, 54; 15:11, 32, 51, 96; 17:20, 25, 41, 44, 98, 111, 119, 136; 18:38; 19:14, 18

Resources, authority

Content, verification, 1:69; 6:53–5, 162–5; 16:42–4; 17:24–6, 82
Corporate influence, 1:50; 2:21; 11:90; 17:52, 143; 18:13–14
Direct marketing, rights, 23:11–13, 18–24, 27, 29, 31–3, 35, 37–8, 40, 54–6, 59–60, 62–3, 69–71
Donor Bill of Rights, 23:63
Volunteer work, governance, 14:46–7; 15:102–4

Rural communities

Communication structure, 14:26–7, 32, 36, 38, 41–3, 46–7
Community Education Network, 14:29, 39–40, 43
New Rural Economy Project (NRE), 14:31
Rural perspective, 17:42, 125–6

School programs

Curriculum, 2:15–16, 32; 4:150, 155; 5:16; 6:39–40, 56, 93; 7:17, 27, 55; 9:51, 75; 12:32–3; 14:37; 16:9, 21–5, 42; 23:15
Preschool television programs, 4:99–100, 107; 5:137; 7:51–3, 58
Public library services, 6:143–4; 8:49; 14:39, 61
Resources, 1:47, 49, 58; 2:22–3, 25, 58; 4:93, 126, 153–4; 5:141–2; 6:83; 7:46–7; 8:48–9; 11:24, 5; 12:31, 33; 14:29–30, 38–9, 49–50; 15:8, 43–4, 101; 16:51; 17:94–5; 18:27, 55, 59
Technology, implementation, 1:57; 2:22, 31; 5:162; 7:57–9; 12:33; 14:29, 36; 16:42

Media monopolies. See also Multi-media convergence

Competition

Business practices, 2:6, 18; 4:42–3, 52, 163, 168; 5:18, 27, 152, 164; 6:38; 7:13–14; 9:11; 11:12, 22; 13:23, 27; 14:66; 17:59, 65–7, 77, 80, 112–16, 135–9, 143, 5; 18:7–10, 22, 24, 44
Corporate patronage, sponsorship, 5:78–81; 18:13, 16, 18, 40
Domestic market, regional, 4:161; 6:112; 17:27, 34, 111; 18:15, 31, 56, 59
Foreign influences, 4:168; 17:26
Marketing, 1:55, 57; 3:41; 4:41; 5:27, 66; 6:72, 96–7, 117, 146, 194; 8:25–6; 9:47, 52; 11:21, 76; 13:16–17; 15:12, 86; 16:11; 17:22–3, 48, 67, 71–3, 80, 86, 92, 97, 112–13; 18:41–8

Diversity

Citizen participation, 5:186; 6:33, 116, 197; 9:56; 17:16, 143; 18:31
Communications, trends, 1:53–4; 3:5–6, 9, 33; 4:51, 167; 17:28, 51–2, 147; 18:10
News features, 2:52, 66, 72; 3:39; 4:34, 54; 5:25–6, 37, 103; 6:29, 46, 146, 196; 8:15; 13:38; 15:7, 13, 15; 16:62; 17:6, 16, 18, 22, 104–5; 18:28; 22:51
Statistical data, 5:41, 112; 6:21; 7:44; 11:73; 13:35; 17:19, 22–3

Lois citées – Suite

Sécurité

Code civil du Québec, 10:39, 48
Code criminel, 1:53; 15:65
Loi antiterroriste (LA), 5:100
Loi sur les transports au Canada (LTC), 10:54
Ontario, Loi sur les sûretés mobilières, 10:12, 48

Travail et affaires

Loi de l'impôt sur le revenu, 11:34–5, 96–7; 15:55; 23:12
Loi sur la concurrence, 1:42, 48, 52; 6:13–14, 97; 9:6, 10, 12–13, 61; 11:14–16, 21; 13:20; 18:60; 23:54
Loi sur la gestion des finances publiques, 12:67–9
Loi sur l'équité en matière d'emploi, 3:25, 30, 34–5; 4:127–9; 12:54; 19:40
Loi sur les arrangements avec les créanciers des companies (LACC), 10:13, 15–17, 27–8, 37, 41, 44–6

Magazines. Voir Périodiques**Monopolisation des médias. Voir aussi Convergence du multimédia**

Activité de surveillance

Autoréglementation, 3:29, 31; 5:115, 130; 6:52; 17:47, 50, 122; 18:11, 17, 41, 54
Conseils consultatifs, 2:45–6, 51; 4:131, 2, 143; 6:141; 12:22, 39; 17:107–8; 18:9, 17–18
Responsabilité des médias, 2:42–3, 50; 4:165–6; 6:98; 13:9, 11; 15:60; 17:15, 29, 40, 68, 123–4; 22:44

Concurrence

Influence étrangère, 4:168; 17:26
Marché intérieur, régional, 4:161; 6:112; 17:27, 34, 111; 18:15, 31, 56, 59
Marketing, 1:55, 57; 3:41; 4:41; 5:27, 66; 6:72, 96–7, 117, 146, 194; 8:25–6; 9:47, 52; 11:21, 76; 13:16–17; 15:12, 86; 16:11; 17:22–3, 48, 67, 71–3, 80, 86, 92, 97, 112–13; 18:41–8
Mécénat d'entreprise, commandite, 5:78–81; 18:13–16, 18, 40
Pratiques commerciales, 2:6, 18; 4:42–3, 52, 163, 168; 5:18, 27, 152, 164; 6:38; 7:13–14; 9:11; 11:12, 22; 13:23, 27; 14:66; 17:59, 65–7, 77, 80, 112–16, 135–9, 143–5; 18:7–10, 22, 24, 44

Diversité

Communications, tendances, 1:53–4; 3:5–6, 9, 33; 4:51, 167; 17:28, 51–2, 147; 18:10
Données statistiques, 5:41, 112; 6:21; 7:44; 11:73; 13:35; 17:19, 22–3
Participation du citoyen, 5:186; 6:33, 116, 197; 9:56; 17:16, 143; 18:31
Reportages, 2:52, 66, 72; 3:39; 4:34, 54; 5:25–6, 37, 103; 6:29, 46, 146, 196; 8:15; 13:38; 15:7, 13, 15; 16:62; 17:6, 16, 18, 22, 104–5; 18:28; 22:51

Modèles

États-Unis, 1:58; 2:47, 68; 3:29–30, 48; 4:149, 168–9; 5:96; 6:30, 32, 37–9, 107, 135–6, 139, 177–8; 15:8, 12, 26; 16:66; 17:18, 51, 67, 88, 114, 116; 18:45
Langues, 4:153
Programmes internationaux, 3:17; 4:159; 5:17, 45, 157, 178; 6:12, 19, 50; 13:9; 15:27; 17:11; 18:10; 19:8, 13, 20
Structure d'organisation, 6:105; 14:18–19; 17:35, 44–5, 49, 53; 18:14, 58; 19:35

Media monopolies – Cont'd

Models

- Corporate structure, 6:105; 14:18–19; 17:35, 44–5, 49, 53; 18:14, 58; 19:35
 International programs, 3:17; 4:159; 5:17, 45, 157, 178; 6:12, 19, 50; 13:9; 15:27; 17:11; 18:10; 19:8, 13, 20
 Languages, 4:153
 United States, 1:58; 2:47, 68; 3:29–30, 48; 4:149, 168–9; 5:96; 6:30, 32, 37–9, 107, 135–6, 139, 177–8; 15:8, 12, 26; 16:66; 17:18, 51, 67, 88, 114, 116; 18:45

Monitoring activity

- Advisory councils, 2:45–6, 51; 4:131–2, 143; 6:141; 12:22, 39; 17:107–8; 18:9, 17–18
 Media accountability, 2:42–3, 50; 4:165–6; 6:98; 13:9–11; 15:60; 17:15, 29, 40, 68, 123–4; 22:44
 Self-regulation, 3:29, 31; 5:115, 130; 6:52; 17:47, 50, 122; 18:11, 17, 41, 54

Regional

- Economic impact, 5:110; 6:34, 142; 13:47; 16:64, 67; 17:7, 22, 33, 53, 56, 73, 78, 103, 109, 127, 137–43; 18:5–6, 9–11, 23
 Effect on content, 3:38; 5:19; 6:123–4; 15:13; 16:61; 17:8, 11–12, 23, 33, 60–1, 79, 114, 118, 122, 127, 131, 133, 139–40, 146–7; 18:21–4, 55, 57; 21:15; 22:57
 Resources lacking, 2:24; 3:31; 5:111, 125; 6:139; 8:19; 9:57; 16:62; 17:49, 53–5, 64, 96, 107, 144
 Urban environment, 2:16, 25–6; 4:8; 5:151; 6:27, 140, 145; 8:15, 46; 11:21; 13:17, 34, 61

Multiculturalism. See also Audience profile Under Audience targeting and also Unique role Under Ethnic press and media

- Cultural diversity, 4:98; 6:73–4, 78, 141; 8:31, 35–6, 58, 63, 65–6; 9:23, 63–4; 11:29, 32; 12:19; 14:54; 16:9–10, 50; 17:32, 63; 18:6, 24–5, 49; 19:41–3, 53; 21:18; 22:29

Language minorities

- Acadian community, 6:178; 14:48, 53–4; 16:45–6, 49–51, 55–7; 17:22, 93, 98, 136–7; 18:5–8, 12–13, 15, 19, 22, 24–7, 30–1, 56
 Francophones, 4:89–90, 96; 5:47, 56, 66, 129, 132, 143; 6:161–3, 167, 178; 9:14–17, 19–20, 26, 31, 34, 37, 43; 14:47–9, 51; 16:51, 56, 61; 17:90–1, 117; 18:39, 49
 Immigrants, 4:16, 53–4, 58–9, 62, 94; 5:16, 34–5, 143; 6:75, 81, 165; 8:57, 64
 Second language, 5:94–5, 141; 6:58, 161, 210; 7:58; 9:32–3, 41; 14:59; 16:10, 16, 28, 66; 18:50

Media role

- Complaints process, 4:118, 121, 139–40; 5:187–8; 6:51–2, 205; 7:12; 8:61–3; 14:55; 18:27
 Education, responsibility, 4:81, 93, 95, 98–9, 123; 6:208; 9:38, 76; 11:44–5
 Film industry, 12:54–6
 Isolated communities, 4:27; 5:16, 61; 7:9; 9:35; 14:48; 16:9, 45
 Programs, news stories, 4:16, 54, 57, 76, 97, 154; 5:53, 91–2, 94–5, 131; 6:202–3, 206–9, 212; 9:66; 11:44, 84; 14:51, 54; 15:99–100; 16:9–10, 16–17, 26, 50

Monopolisation des médias – Suite

Régional

- À propos du contenu, 3:38; 5:19; 6:123–4; 15:13; 16:6
 17:8, 11–12, 23, 33, 60–1, 79, 114, 118, 122, 127, 131, 133, 139–40, 146–7; 18:21–4, 55, 57; 21:15; 22:57
 Impact économique, 5:110; 6:34, 142; 13:47; 16:64, 67
 17:7, 22, 33, 53, 56, 73, 78, 103, 109, 127, 137–43; 18:6, 9–11, 23
 Manque de ressources, 2:24; 3:31; 5:111, 125; 6:139; 8:19; 9:57; 16:62; 17:49, 53–5, 64, 96, 107, 144
 Milieu urbain, 2:16, 25–6; 4:8; 5:151; 6:27, 140, 145; 8:15, 46; 11:21; 13:17, 34, 61

Multiculturalisme. Voir aussi Profil de l'audience Sous Choix de publics cibles et aussi Rôle unique Sous Presse et médias ethniques

- Diversité culturelle, 4:98; 6:73–4, 78, 141; 8:31, 35–6, 58, 63, 65–6; 9:23, 63–4; 11:29, 32; 12:19; 14:54; 16:9–10, 50
 17:32, 63; 18:6, 24–5, 49; 19:41–3, 53; 21:18; 22:29
 Émissions, reportages, 4:16, 54, 57, 76, 97, 154; 5:53, 91–94–5, 131; 6:202–3, 206–9, 212; 9:66; 11:44, 84; 14:51, 54
 15:99–100; 16:9–10, 16–17, 26, 50

Médias, rôle

- Communautés isolées, 4:27; 5:16, 61; 7:9; 9:35; 14:48
 16:9, 45
 Éducation, responsabilité, 4:81, 93, 95, 98–9, 123; 6:2
 9:38, 76; 11:44–5
 Industrie cinématographique, 12:54–6
 Procédure de traitement des plaintes, 4:118, 121, 139–5
 5:187–8; 6:51–2, 205; 7:12; 8:61–3; 14:55; 18:27

Minorités linguistiques

- Communauté acadienne, 6:178; 14:48, 53–4; 16:45–6
 49–51, 55–7; 17:22, 93, 98, 136–7; 18:5–8, 12–13, 15
 19, 22, 24–7, 30–1, 56
 Francophones, 4:89–90, 96; 5:47, 56, 66, 129, 132, 14
 6:161–3, 167, 178; 9:14–17, 19–20, 26, 31, 34, 37, 43
 14:47–9, 51; 16:51, 56, 61; 17:90–1, 117; 18:39, 49
 Immigrants, 4:16, 53–4, 58–9, 62, 94; 5:16, 34–5, 143
 6:75, 81, 165; 8:57, 64
 Langue seconde, 5:94–5, 141; 6:58, 161, 210; 7:58;
 9:32–3, 41; 14:59; 16:10, 16, 28, 66; 18:50

National Ethnic Press and Media Council of Canada (NEPMCC). Voir aussi Institution provinciale Sous Conseils presse

- Documentation à fournir au comité sénatorial, 1:39–40
 Mandataire du secteur privé, 1:32–5
 Objectifs
 Accroître le pouvoir des membres, 1:25–6
 Intégrer les médias ethniques aux médias grand public
 1:23–31, 36; 4:73, 109
 Priorités identifiées, 1:38–9; 12:26
 Promouvoir la participation aux affaires publiques, 1:
 26
 Statistiques et financement, 1:23, 31; 4:73

Newfoundland Broadcasting Company

Approche de la radiodiffusion

- Émissions en direct, 14:6–7, 11–15
 Enjeux locaux, 14:5–7, 9–10, 12, 15–16, 23–4, 73; 1:
 81, 85
 Fuseaux horaires, diffusion simultanée, 14:8–9

Multi-media convergence. *See also Media monopolies***Acquisitions**

Affect on news bureau, **2:41–2, 52–6; 3:46; 4:8, 84; 5:23, 73, 111–12, 147, 155–7; 6:18, 175, 184; 8:12, 14, 30; 9:82; 13:72; 14:63–4, 66–9; 15:25–6, 28; 16:65; 17:73, 80, 82**
 Corporate structure, **2:13; 3:42–3, 45; 4:13; 5:17, 24, 107–9, 115–22; 6:35, 107, 135; 11:6; 13:5–6, 20, 27–8; 15:77; 17:19, 40; 19:33–4**
 Mergers, **1:43, 49, 54, 57; 2:47; 4:11–12, 151, 162; 5:22, 43, 47, 109; 6:11; 7:43; 9:6, 10, 61; 14:64–5; 19:37, 62–3; 21:10–11**
 Restrictions, **1:52–3, 55; 4:37, 60, 162; 5:26, 36, 41, 126, 149; 6:11, 100, 127, 137, 144, 156; 11:56; 13:79; 14:9, 64, 66; 17:41; 18:44, 52; 19:13**
 Shareholders, **1:48; 2:47, 73; 4:13, 103, 146, 165; 6:9, 57, 62, 115–16, 195; 11:6, 48–9, 67, 69, 98; 13:48, 78; 16:65**

Concepts of convergence

Content control, **2:20–1, 60–1; 3:23, 46–9; 4:149; 5:96, 103, 153; 6:35, 95, 114, 137, 177; 7:71; 9:45, 78; 14:68; 15:61–2, 65; 16:13; 17:6–9, 14, 52, 104; 18:34; 21:14, 30–1**
 Principles, **1:42, 50, 67; 2:13, 17, 19–20, 39; 4:44, 104, 138, 148; 5:8, 25, 82–3; 6:72–3, 117; 9:50; 11:76–8; 12:21; 13:32, 34, 38, 44, 67; 14:18, 22–3; 15:36; 19:8, 36; 21:15, 31**
 Profitability, **2:31, 60; 3:45; 4:40, 44, 46, 60, 113, 139; 5:23, 33, 40–1, 65, 77, 87; 6:29, 139–40, 221–2; 11:77, 80; 13:48–9; 14:11; 21:26**
 Programming, **2:8, 18, 21, 34, 37–8, 47; 3:19–20; 4:117; 5:23, 33, 47, 121, 133, 137; 11:69; 14:36**

Information sources

Accessibility, **5:28; 11:65, 68–9; 15:16; 17:41, 116–17; 19:47; 22:43, 50**
 American media, **2:53; 4:10; 6:38; 15:69; 21:32**
 Local content, **2:63–4, 69; 3:44; 4:9, 16, 27, 48 9; 5:56, 123; 6:60, 64, 132, 146; 8:7, 13, 40; 11:81–2, 85–6; 15:83; 16:15; 17:15, 29; 18:20–2**
 National coverage, **3:46–7; 4:15, 17, 19; 6:37, 107, 127; 8:14, 41; 15:101, 103; 16:66; 17:7–9, 128**
 Obstacles, concerns, **4:138–9; 5:54, 153–4; 6:97, 126, 137, 144, 157, 183; 7:48; 8:34, 38; 11:17, 71, 74; 15:10–11, 68; 16:62, 66 8; 17:7, 11–12, 20, 22–3, 45, 54, 66, 113, 144, 147**

Ownership

Accountability, **3:49; 4:145–6, 149, 165, 170; 5:11, 42, 48–50, 104–6, 114, 123; 6:115, 131, 140, 166; 8:20; 9:48; 11:21, 43, 69; 12:37; 13:10; 15:61; 17:14–15, 53, 103, 118; 22:32**
 Cultural identity, **1:38–9, 42–3, 48–9, 51–2, 56; 2:31, 33, 45, 70; 3:25; 4:16; 5:100, 103; 6:116; 14:23**
 Foreign, **1:43–4, 48, 51–3, 61–2; 2:25, 38, 42, 46, 61, 73–4; 3:40; 4:42, 171, 173; 5:99, 124; 6:19, 119, 127; 7:54; 8:15–16, 29 30; 9:54; 11:22, 34–5, 41, 53, 55, 60, 67–8; 14:12; 17:26**
 Funding approaches, **1:41, 46; 2:12, 33; 3:45, 52–3; 4:65, 67, 91, 152; 6:99, 137; 7:34; 11:69, 77; 13:10, 34, 48; 17:117**
 Media owners identified, **4:38, 48, 50, 161; 5:36, 46, 98; 6:77–9; 7:23; 9:6, 48, 52; 13:5, 27; 15:14; 17:54, 101; 19:19–20, 22**

Newfoundland Broadcasting Company -- Suite**Approche de la radiodiffusion -- Suite**

Marchés internationaux, **14:17, 19**
 NTV, présentation vidéo, **14:5–7**
 Émissions citées, **14:6**
 NewCap Radio, **14:7, 11, 18, 21, 24**
 Propriété multimédia
 Bureau journalistique, **14:9–10, 12, 15, 17, 19–21, 24, 26**
 Concurrence, **14:8, 10–11, 14, 18, 22–5**
 Diversification de l'entreprise, **14:7, 11, 13–14, 16–18, 22, 26**
 Rentabilité, **14:10–11, 15, 18, 20–1**

Organismes fédéraux**À propos de multimédia**

Agence du revenu du Canada (ARC), **11:34–6; 23:34, 50, 70**
 Commissaire aux langues officielles, **5:58, 91–2, 94–6; 14:49, 58; 16:46, 48–9, 52, 54, 58; 18:27, 30**
 Commission canadienne de la radiodiffusion (CCR), **4:160**
 Conseil de recherches en sciences humaines du Canada (CRSH), **6:48; 11:26; 14:38, 44**
 Office national du film du Canada (ONF), **4:11, 21, 79–80; 5:129; 6:87, 99; 12:27; 17:139**

Dépenses de publicité

Bureau de la concurrence Canada, **2:24, 61, 71; 4:37, 40–3, 46–9, 60, 112, 161–2; 5:125, 150; 6:11, 14, 118; 9:6, 10, 13, 62; 12:39; 13:8–10, 14, 23, 33, 47; 14:11, 23, 63, 65, 68; 15:13, 35, 37; 17:67, 72; 18:23, 37–8; 23:27, 54**
 Santé Canada, **1:32, 34, 36–7**
 Secrétariat rural (SR), **14:42**
 Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, **1:35, 40; 4:71–2; 5:86**

Organismes nationaux

Cour suprême, **1:50; 5:166; 6:55, 198; 7:6; 9:82; 11:10, 37, 59; 12:53; 23:43**
 Élections Canada, **5:76; 6:70**
 Gendarmerie Royale du Canada (GRC), **4:143; 7:6; 8:18; 11:59, 63; 13:52–3; 15:64, 71; 19:54; 20:45, 48**
 Société canadienne des postes, **1:27; 5:77; 6:60, 62–3; 7:38; 9:9; 16:47, 54–5, 58–60; 17:113; 22:26**
 Statistique Canada, **4:119; 5:171; 9:20; 22:9**

Politique étrangère

Affaires étrangères et Commerce international Canada, **3:10, 19**
 Agence canadienne de développement international (ACDI), **3:10–11, 15, 18–19; 14:44**
 Citoyenneté et Immigration Canada (CIC), **3:10–11; 4:74–5**
 Défense nationale, **3:10, 18; 14:55; 20:45, 47–8**
 Ministère des Finances Canada, **3:10–11**

Possibilités d'affaires. Voir aussi Exportation et développement Canada (EDC)

Agence de promotion économique du Canada atlantique (APECA), **3:51; 16:47; 18:30**
 Bureau du Conseil privé, **1:40; 3:10–11**
 Centre de recherches pour le développement international (CRDI), **3:9–12**
 Commission sur les pratiques restrictives du commerce (CPRC), **6:13**
 Ministère de la Justice Canada, **10:39; 12:63–5**

Multi-media convergence – Cont'd

Private sector, impact

Complaints process, 4:132–3, 135, 165–6; 5:150; 6:145, 163; 7:41; 8:59; 9:79; 11:32, 42, 64; 13:76; 14:72, 74; 15:53, 101, 103; 17:72; 18:41; 21:34; 22:43, 45
 Market entry, 2:60; 4:14, 57, 154, 164, 168; 5:20; 11:76; 17:44, 112; 19:17
 Participation, 1:58; 2:24, 44, 53–4; 4:47; 5:96, 176; 6:20, 54, 129, 134–6, 138, 143, 145, 158–9, 197, 215, 222; 7:20; 8:22, 31, 33; 17:13, 114, 132; 18:17
 Regional market, 2:25; 4:157; 5:27; 9:59; 11:74; 13:17, 28, 78; 15:9, 12, 34; 17:11, 15, 73, 95, 103, 105, 114, 134–6; 18:6, 9; 19:32; 21:27

National Ethnic Press and Media Council of Canada (NEPMCC). See also Provincial institution Under Press councils

Objectives

Build capacity of members, 1:25–6
 Integrate ethnic media into mainstream, 1:23–31, 36; 4:73, 109
 Priorities identified, 1:38–9; 12:26
 Promote participation in public affairs, 1:24, 26
 Private sector agent, concerns, 1:32–5
 Statistics and funding, 1:23, 31; 4:73
 Written information to be supplied to Senate committee, 1:39–40

Newfoundland Broadcasting Company

Broadcasting approach

International markets, 14:17, 19
 Live productions, 14:6–7, 11–15
 Local focus, 14:5–7, 9–10, 12, 15–16, 23–4, 73; 15:23, 81, 85
 NTV, video presentation, 14:5–7

Cross-ownership

Business diversification, 14:7, 11, 13–14, 16–18, 22, 26
 Competition, 14:8, 10–11, 14, 18, 22–5
 News bureau, 14:9–10, 12, 15, 17, 19–21, 24, 26
 Profitability, 14:10–11, 15, 18, 20–1

NewCap Radio, 14:7, 11, 18, 21, 24

Programs cited, 14:6

News coverage, features

Ethics, business practices

Conflict of interest, 4:36–7, 39, 44–6; 5:100; 6:28, 153, 188, 190–1; 7:19, 24; 8:50–1; 9:80–1; 15:92; 16:65–8; 17:7, 33, 45–7, 54–5, 66, 104–5, 108, 141; 18:38
 Criminal investigations, 6:159–60; 13:51; 19:13, 55
 Government intervention, contracts, 4:163–4; 5:97; 6:25; 15:16, 27
 Ontario Securities Commission (OSC), 4:38
 Securities and Exchange Commission (SEC - USA), 4:41

Health, human rights

AIDS (acquired immunodeficiency syndrome), 3:6, 17; 14:60
 Developing countries; humanitarian aid, 3:8, 12–13, 15, 24; 6:157; 7:66, 68; 8:17; 15:34, 40
 Discrimination, 4:8, 26–7, 77, 116–17, 119, 133–4, 145; 5:19, 33, 50; 6:148; 7:7, 11–12, 15, 21; 8:54, 56–9, 62–3; 9:79; 11:44; 14:69, 71; 15:44–5, 63, 74–5; 17:31

Organismes internationaux à but non lucratif

Commission de la condition de la femme des Nations Unies, 1:41
 Fédération internationale des femmes diplômées des universités, 1:41
 Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO), 1:41
 Union du Maghreb arabe, 3:12
 Union européenne, 3:12

Patrimoine canadien

Conseil des arts du Canada, 22:16
 Documentation à fournir au comité sénatorial, 12:68–9
 Financement public, critères, 1:27, 36; 5:76–7; 6:76; 9:12; 12:47–8, 57–8, 60–1; 14:55, 58; 16:47–8, 57–8
 Industrie culturelle, rôle, 1:42; 5:91, 94; 12:43–4, 57, 59; 62–3; 13:40; 14:49, 54; 22:27
 Milieu anglais en comparaison français, 12:52–6, 62

Pêches et Océans Canada (MPO). Voir Garde côtière canadienne (GCC)
Périodiques

Analyse de l'industrie

Diversité, 1:59, 66–7; 2:31; 22:9–10, 13–14, 20, 24
 Entreprenariat, 1:64–5, 69; 22:10, 16, 18
 Possibilités d'emploi, 2:35; 22:9, 24–5
 Revenus, budget, 1:59, 64; 2:23, 29–30, 35; 22:9, 17–18, 23, 25, 27

Magazine d'intérêt général

Concurrence, marché international, 1:60–1, 66; 22:9–16, 20–2, 24, 26, 28
 Publication de langue anglaise, 22:11, 20, 22
 Thème, contenu, 1:62, 66; 2:22, 26, 32; 22:8, 15, 18
 Tirage payé, diffusion, 1:62; 2:28, 35; 22:8, 12, 15–19–21

Membres, associations, 22:8, 10, 14–16, 20–1, 23

Périodiques cités

Contrôle étranger

Atlantic Monthly, 1:59, 61; 6:31, 172
 Harpers, 1:59, 64, 69; 6:31
 New York Times Magazine, 1:61; 2:34; 5:170; 6:31
 New Yorker, 1:61–2, 64–5; 17:42
 Périodique de divertissement, 2:29; 22:22

Economist, 4:137; 6:106, 131; 15:75

Publications canadiennes

Groupe culturel, 1:39; 5:100, 146, 163
 Intérêt général, 1:61; 2:29; 4:155; 5:163; 6:30–1, 34; 7:22; 15–17, 21–3, 25–6, 28
 Macleans, 1:36–7; 2:24; 3:19; 6:127; 8:39; 15:86–7; 22:17, 21–4
 Magazine d'actualités indépendant, 1:58; 5:103; 8:9; 9:80; 16:25

Time Inc.

Fortune Magazine, 2:27
 People, 4:106
 Sports Illustrated, 4:56
 Time Canada, 1:36; 2:24; 6:30, 36

News coverage, features – *Cont'd*Health, human rights – *Cont'd*

Social issues, education, **4**:9, 35–6, 147–8, 157; **5**:102, 134–5, 163; **6**:14, 21–2, 41, 153; 7:62–4; **8**:8, 12, 28; **14**:27, 60; **15**:98–100, 102, 108; **16**:33–4, 37; **17**:70, 84–5, 132; **19**:32, 41, 43; **22**:47
 Violence, poverty, **3**:7–8, 14, 20; **4**:31, 145, 147–8, 150; **5**:153, 181, 190; **6**:49, 153, 155; 7:31; **15**:21, 44–5, 61; **17**:38; **19**:33, 55

International news

American media, **3**:14, 21; **5**:96–7, 187; **6**:109–10, 172, 214; **8**:52
 Canadian perspective, **3**:6, 20; **4**:61, 63; **6**:109, 176–7, 196; 7:67; **8**:54; **9**:18; **12**:18, 22, 24, 41; **13**:41, 44, 58; **15**:16, 65, 89; **16**:33; **17**:20; **19**:32, 52–4; **21**:10–11, 22
 Chinese news reports, **6**:74, 79–80, 204, 207; 7:67; **16**:6–7
 Conflicts, war, **6**:140–2, 148–9; 7:20; **15**:67, 72, 3
 Local content, comparison, **6**:66–7, 137, 139, 209; **8**:38; **12**:40–1; **13**:43, 57; **17**:64–5; **18**:20, 49; **22**:48, 63

Natural resources

Agri-food industry, **9**:5, 7; **17**:106, 125–6
 Environment, forestry, **2**:62; **4**:8, 146, 150; **5**:134–5; **15**:101–5; **17**:19, 104, 106, 108–9, 118–19, 131, 139–40; **18**:57
 Fisheries, **15**:61–5, 67
 Global warming, storms, **2**:49; **15**:10, 15; **16**:66–7
 Petroleum industry, **3**:49; **6**:114; 7:26; **14**:63; **17**:8–9, 13–14, 19, 54, 61, 121–2, 142

Politics

Global coverage, **2**:52–3, 56–8; **5**:101, 147; **6**:55
 Political events cited, **2**:64; **4**:70–2, 74; **5**:147, 151; **15**:66–7, 69, 88; **16**:33; **17**:10, 17, 129; **19**:32, 38, 9
 Presentation, **2**:27, 68–9; **4**:32; **5**:50–1, 100–1, 115–17, 133, 161; **6**:10, 16, 24, 102, 108, 112, 119, 144; 7:68, 70; **8**:7, 26; **9**:55; **11**:40, 50, 80–1; **13**:73–4; **15**:16, 62, 102, 104; **16**:18; **17**:128
 Regional bureau, **2**:54–6, 62–3, 68–9; **5**:160; **6**:14, 24–5, 36; **13**:39–40, 61–2, 72; **15**:28; **17**:6, 9, 11–13, 18, 30, 32, 86; **19**:29–30
 Voter education, participation, **2**:62–4, 67–9, 71; **4**:9, 33, 72, 95; **5**:159; **6**:20, 70, 143, 202–3; 7:67–8; **8**:31; **14**:12–13; **15**:9, 41, 66; **17**:6, 25, 128–30

News editor. See also Quality and authority Under Publishers and professionals

Barriers

Bias, censorship, **1**:55; **2**:20; **3**:22, 47; **5**:40–1, 96; **6**:16, 152; **9**:82; **16**:15, 67; **17**:6–7, 15–16, 105, 128; **18**:10–11, 41; **19**:62; **22**:45, 61
 Corporations, **2**:8, 14, 17; **3**:43, 47; **5**:39; 7:34; **8**:51; **9**:45–6; **12**:23; **16**:14; **17**:9–10, 35, 47, 91, 107, 109, 118; **18**:34; **22**:47
 Litigation, conflicts, **4**:49; **5**:110

Editorial independence

Content, **4**:138–9; **5**:44, 50; **6**:29, 117; 7:41; **8**:56–7; **11**:35, 43; **12**:24, 32; **13**:41, 43, 50; **14**:28–9; **15**:8, 40; **16**:40; **17**:16–17, 24–5, 28, 106; **18**:10–11, 35–6, 57; **19**:58; **22**:44–5
 Editorial comment, **2**:52; **5**:40, 103, 116–17; **6**:35, 124–5, 141–2; 7:19–20, 39; **8**:60, 62–3; **14**:54–5; **15**:28–9, 65–6, 75; **17**:17, 102, 118, 122

Presse et médias ethniques

Agences de nouvelles communautaires

Diffusion de l'information, **4**:115; **5**:16–17; **6**:72; **9**:29, 40; **11**:34; **14**:57–8; **16**:46, 49, 51, 53
 Médias, solutions de rechange, **6**:77, 117, 175; 7:44; **9**:22, 34–7, 41; **11**:12, 33; **17**:90, 94, 147; **18**:15, 20, 31–2, 50
 Sensibilisation du public, **1**:31; **6**:203, 205–6, 209, 211; **9**:33, 77–8; **16**:55; **17**:92, 97, 100

Budget, profits

Concurrence, plaintes, **5**:75; **6**:203–4; **16**:49, 53–4; **18**:33
 Faillites appréhendées, **1**:26
 Financement, **1**:27–30, 32–5, 37–9; **4**:56, 71–5, 106, 110; **5**:57, 67; **6**:77–8, 148; **9**:28–9, 35, 38, 41–2; **14**:56–8; **17**:90, 94, 99–100, 141; **18**:16, 29
 Publications étrangères, stipulation contractuelle, **1**:28, 35–7, 59; **2**:23
 Rente de retraite, **1**:38; **5**:172; **17**:100

Médias grand public, comparaison

Dotation, formation, **1**:28–9; **3**:36–7; **4**:78; **5**:156; **6**:73, 77; **17**:91, 98–9; **18**:32–3
 Événements culturels, divertissement, **4**:80–1; **6**:72–5, 148, 150, 205; **8**:36; **9**:32; **16**:9–10; **17**:94; **18**:31, 33
 Pratiques commerciales, **1**:27–30, 33; **4**:75, 107; **6**:74–81, 118, 151, 204–5; **8**:36, 66; **11**:34; **14**:59; **16**:58–9; **17**:92, 96–7, 100, 137–9, 145; **18**:32; **22**:20
 Service de télévision payante, **6**:201, 209
 Stratégies publicitaires, revenus, **1**:30–3, 36; **4**:70; **6**:78–9, 201; **9**:36, 38–9, 42, 44; **14**:55–8; **16**:46–8, 53–4, 56–9; **17**:91, 2, 96–8, 102; **18**:29–31, 56

Organismes culturels

Associations professionnelles, **6**:58, 69; **8**:60; **9**:43–4; **16**:45–6, 54; **18**:7, 30, 32
 Canadian Council on American-Islamic Relations (CAIR-CAN), **8**:54–7
 Conseil national des canadiens chinois, **4**:77
 Quebec Community Groups Network (QCGN), **5**:94–5
 Société franco-manitobaine (SFM), **9**:27–34, 37

Rôle unique. Voir aussi Multiculturalisme

Contenu, émissions, **1**:25, 36; **4**:56, 59–62, 77; **6**:20, 24, 80–1, 148, 165, 205, 211–12; **8**:66; **11**:34–5; **16**:49–51; **18**:6, 32, 39; **22**:19–20, 24
 Intégration, **1**:24–5, 31–2; **2**:7; **3**:33; **4**:53–4, 57, 80–1, 117; **5**:156; **6**:202–3, 208–11; **8**:58; **16**:7, 10; **22**:10
 Législation gouvernementale et politiques, traduction, **1**:24–5; **6**:202–3; **14**:58
 Multilinguisme, **1**:24, 38; **2**:30; **4**:58–61; **5**:20; **6**:81, 170, 201, 208, 210; **9**:28, 31, 33, 43, 68; **16**:9; **18**:50

Projet de loi C-3, Loi modifiant la Loi sur la marine marchande du Canada, la Loi de 2001 sur la marine marchande du Canada, la Loi sur les aires marines nationales de conservation du Canada et la Loi sur les océans. Voir aussi Loi modifiant la Loi sur la marine marchande du Canada, la Loi de 2001 sur la marine marchande du Canada, la Loi sur les aires marines nationales de conservation du Canada et la Loi sur les océans

Étude article par article, **20**:7, 50–1

Objectifs, **20**:30–1

Observations, **20**:49–50

News editor – Cont'dEditorial independence – *Cont'd*

Letters to the editor, 2:42, 51; 5:104, 118; 6:68; 7:27, 39, 47, 68; 9:79; 11:10, 32; 12:19, 30; 14:28; 15:33, 54–5; 17:18, 30, 32, 126–7, 131–3; 18:56–7; 19:33, 35, 52, 57, 8

Guidelines

Ethics, standards, 1:46; 3:47; 4:45, 157–9; 5:24; 6:195, 198, 201; 8:50, 53; 11:34; 12:18; 13:51, 75–7; 14:28, 65; 15:29, 34, 41, 72; 17:50–1, 120–3, 126; 19:35, 62–3
Forums, 4:153; 8:33; 13:42; 18:25; 19:29
Professional development, 3:44; 6:191; 7:27; 8:13; 11:46; 14:67–8; 16:23; 17:57
Regulatory agencies, 4:49, 132–3, 149; 5:38, 9; 6:189; 15:54–5; 17:107, 115, 123; 22:40, 45

Journalism, strategies, 5:50, 114; 7:35; 8:28; 9:74; 11:45–6; 12:22, 37–8; 15:68, 74, 94; 16:26, 36, 43, 68; 17:8, 18, 31, 63, 87, 121, 125–8, 132; 18:15; 21:34

News services

Associations

Association for Tele-Education in Canada (ATEC), 5:139; 7:54
Canadian Community Newspapers Association (CCNA), 11:41; 17:110, 117
Canadian Newspaper Association (CNA), 3:26; 4:160; 11:13, 36, 86; 12:20–1; 13:36, 52
Radio Television News Directors Association of Canada (RTNDA Canada), 7:8–9; 13:76; 21:17; 22:35
Reppo-Média, 14:56–8; 16:54

Cultural affairs

Alliance des radios communautaires du Canada (ARC), 9:43–4
Association de la Presse Francophone (APF), 5:65–6; 9:38–9; 14:57, 59; 16:46, 48, 51, 54–5; 18:26, 30, 33
China Central Television (CCTV), 6:204, 207
Hebdo Québec, 5:65, 67; 6:58–9, 69
Xinhua News Agency, 6:76, 79–80

Professional services

Associated Press (AP), 5:102; 6:76; 7:26; 13:44, 60; 15:89; 17:35, 98
Canadian Media Guild (CMG), 22:49–50
Canadian Media Research Consortium (CMRC), 6:144, 161, 166–7, 171; 16:34
Canadian Press (CP), 2:54, 63, 65; 3:35, 48; 4:38, 46, 137, 156; 6:10, 25, 30, 80, 113, 117–19, 126, 176, 184, 193, 195; 7:7, 11, 13, 40, 45; 9:50, 52–3, 55; 11:13, 38–40; 12:19, 34; 13:25, 59–61; 14:26; 15:10, 15, 21, 25, 51; 16:33; 17:29, 35, 98; 18:57–9; 19:31; 21:20, 33
National Media Archive, 4:32

Provincial organizations

Alberta Newspaper Group, 7:36, 50
British Columbia and Yukon Community Newspaper Association (BCYCNA), 6:68
Canadian Farm Writers' Federation (CFWF), 9:7
Saskatchewan Weekly Newspaper Association (SWNA), 8:9
Western Association of Broadcasters (WAB), 7:10

Resources

Election period, newspapers, 5:67, 70, 90

Projet de loi C-4, Loi de mise en œuvre de la Convention relative aux garanties internationales portant sur des matériels d'équipement mobiles et du Protocole portant les questions spécifiques aux matériels d'équipement aéronautiques à la Convention relative aux garanties internationales portant sur les matériels d'équipement mobiles. Voir aussi Loi sur les garanties internationales portant sur des matériels d'équipement mobiles (matériel d'équipement aéronautique)

Définitions et interprétation, 10:50, 52–3

Étude article par article, 10:6

Objectifs, 10:10–11, 17, 23–4, 34, 36–8, 41, 52

Projet de loi C-18, Loi modifiant la Loi sur Téléfilm Canada et une autre loi en conséquence. Voir aussi Loi modifiant la Loi sur Téléfilm Canada et une autre loi en conséquence aussi Téléfilm Canada

Article d'interprétation, 12:61–5

Clause de validation, 12:46, 50

Étude article par article, 12:6

Projet de loi C-37, Loi modifiant la Loi sur les télécommunications. Voir aussi Loi modifiant la Loi sur les télécommunications

Étude article par article, 23:73–84

Objectifs, discussion, 23:10, 12, 23, 32–5, 39, 40–3, 74

Paragraphe 41.6(3), 23:13

Projet de loi S-31, Loi autorisant la construction et l'entrée d'un pont franchissant le fleuve Saint-Laurent et d'un pont franchissant le canal de Beauharnois en vue du parachèvement de l'autoroute 30. Voir aussi Loi sur les ponts nécessaires au parachèvement de l'autoroute 30

Discussion, 20:36–7; 21:36

Étude article par article, 21:36–7

Objectifs, 20:36–7

Présentation, critères, 20:36–9, 42

Québec, ministre des Transports, réponse écrite, 21:35–

Propriété intellectuelle

Droits d'auteur

Droit de reproduction, redevances, 1:45, 50, 57; 4:153; 5:38–9, 142, 164, 172, 174–6, 183; 11:75; 22:25
Droits d'accès, 5:174–5; 6:147; 11:62, 78
Droits de propriété, contenu, 4:161, 170; 5:24, 157, 170, 184; 8:15; 11:74–5, 78–9; 13:18–19; 18:42–3; 19:10
Politiques de renonciation, contrats, 5:158–9, 164, 176; 6:43–5, 121, 123; 11:15; 13:68–70; 15:52–3; 17:56–7, 59–60; 19:47–8
Presse écrite et électronique, 2:63; 3:14; 5:10, 31, 166, 168–9, 174, 176, 184; 6:43; 11:79–80; 19:21

Gestion

Cedrom-SNI, 5:175

Electronic Rights Licensing Agency, The (TERLA), 4:155

Permis du Creative Commons (CC), 1:44

Société québécoise de gestion collective des droits de reproduction (Copibec), 5:172, 175

Modèles étrangers, 5:170–1; 6:43–4; 16:65–6

Préoccupations d'ordre éthique, 4:161; 6:186, 190

Radio-Canada. Voir Société Radio-Canada (SRC)

News services – *Cont'd*Resources – *Cont'd*

PEW Research Centre, 6:52, 56, 162, 166–8, 170–1, 174; 8:22; 9:50
 Reuters, 6:141, 149; 9:58
 United Press International (UPI), 7:13
 Verification and audit programs, 5:75, 89; 6:59, 69, 189; 7:33, 38–9; 14:66; 21:19–20

Newspapers. *See also* Independent newspapersCanWest. *See also* CanWest Global Communications Corporation

Gazette, 1:50; 2:64; 4:133, 142, 155; 5:13, 35, 92, 100–1, 185; 6:34; 9:56, 58; 13:71
Leader-Post, 8:10, 19, 36, 38–9, 41, 51, 53, 57–62, 66; 15:13
National Post, 1:50, 55, 62, 64; 2:13, 50, 64; 3:13, 42; 4:59, 107, 110, 139, 141, 152, 156; 5:13, 28–9, 103; 6:42, 112; 7:66; 8:38–9, 41–2, 46–7, 56–8; 9:82; 11:31; 13:37, 59, 63, 70–1; 15:76; 17:48, 129; 18:46; 19:43–4, 54; 21:19–20
Ottawa Citizen, 1:31, 50; 2:34; 3:23; 5:26; 8:15; 9:45; 13:32, 50, 52, 56, 70
Vancouver Sun, 4:38; 6:14, 44, 55, 75, 95, 109–10, 112–13, 122–5; 7:67; 9:56

Corporations. *See also* Publishers cited Under Publishers and professionals

Black Press, 6:68, 97, 120; 7:36, 44; 11:7, 21; 15:77; 17:27–8, 34, 36, 40, 44
 F.P. Canadian Newspapers Limited Partnership, 9:46
 Great West Newspapers, 7:36, 50
 Sun Media, 2:8–9, 17–18, 40, 50; 3:13; 5:16, 38, 44, 46–7, 50–2; 7:17, 36, 44; 8:13; 9:80–1; 11:33; 13:47
 Transcontinental Group Ltd., 3:50; 13:5, 20, 36; 14:63–7; 15:9, 13; 17:27–8, 34–5, 77, 86; 18:32–3, 59

Daily. *See also* Subsidiaries Under Torstar Corporation

La Presse, 5:11, 49–50, 92, 101, 107–10, 112–13, 115, 117–20, 149, 161, 168, 181; 6:176, 197; 12:17–19, 21, 23–6, 28, 30, 32, 37, 40; 20:39
London Free Press, 2:37, 39–40, 42, 55, 63; 5:46
Metro, 5:9, 11; 6:174; 9:47; 11:23–4, 33; 13:37, 46–7, 56, 80
Winnipeg Free Press, 9:44–5, 47–8, 54–6, 58–9, 78, 81–2; 11:31

Foreign publications

Chinese newspapers, 1:28–9, 35; 4:56, 108–10; 6:75–6, 78, 210; 11:32, 34–5
Haaretz, 6:141
Ming Pao Daily News, 6:72, 75, 78–80, 170–1
 United Kingdom, 1:61, 65; 2:74; 4:39, 154; 5:9; 6:139; 15:57, 85; 19:17, 52, 57–8
 United States, 2:34, 74; 3:14, 16; 4:39, 136, 151–2; 5:96–7, 101; 6:125, 173, 189, 195; 9:7, 54; 11:23, 33; 12:40; 15:54, 57, 70, 97; 16:38; 17:40, 50, 107; 19:17, 45, 52; 22:39

Regional newspapers

Atlantic Provinces, 3:40–4, 46, 49, 51; 6:194; 14:26, 53–4, 63, 65, 68–9; 15:63, 75, 95; 16:8, 10, 13, 29, 55; 17:10, 14, 37–8, 46–9, 51, 56–8, 63, 69–74, 79, 87, 96, 101, 104–5, 108–11, 115, 120–3, 125, 131, 134, 142; 18:10–11, 15–16, 22, 24–5, 30–1, 34–6, 40–1, 48–9, 59

Radiodiffusion

Approche marché

Diversité, sources, 2:32, 36; 4:12, 15, 17, 28, 34–5, 65; 5:53, 162; 6:129; 7:10; 8:19, 67; 9:22; 11:72, 78, 87–8, 91; 13:7–8, 17, 20, 26–7; 14:17, 45; 18:51; 21:12, 20, 28, 9, 33; 22:51, 55–6, 58
 Services groupés, 13:21, 28–30, 66; 14:33, 61
 Tendances, 2:6; 3:50; 4:31, 55, 171; 5:62; 11:71, 73–6, 79–82, 87, 90, 98–9; 13:9, 15, 21, 25, 36; 14:22, 60; 15:22–3, 110; 16:64; 17:21, 86–7, 89; 18:6, 51; 21:24, 28, 30

Contenu canadien

Financement, 4:21–2, 173; 5:124; 11:72
 Impact économique, 4:24
 Publicités, sensibilisation du public, 4:111; 5:130; 11:54, 57, 96–7; 13:64; 14:16–17
 Radiodiffuseur, réalisateur, 4:11, 24; 5:63, 93; 6:83–4, 130; 9:18, 30; 11:75, 91; 14:12–13; 21:16; 22:52–3
 Rôle du gouvernement, 1:48; 2:48, 58, 70, 74–5; 5:91; 6:85, 128; 7:58; 11:59–61, 66; 13:8–9

Programmation

Émissions culturelles, 4:117–19, 154; 5:35–6, 53, 58, 132, 141, 145, 178; 6:154, 202–3, 205, 207, 209; 8:65–7; 9:16–18, 28, 33, 40–1, 63, 66, 68, 77; 11:62, 72–3, 77, 88–9; 18:7, 12
 Forum en ligne ouverte, 4:30–1; 5:20, 152; 6:36, 209; 8:59; 13:25; 14:21; 15:106–9; 17:87; 18:12; 22:35, 45
 Personnes sourdes ou malentendantes, 4:64–6, 68–70
 Tribune téléphonique, 2:15–16, 20–1, 70; 3:7; 4:90, 112, 148; 5:42; 6:21, 132, 206; 7:62; 9:17; 11:94; 13:38; 14:8, 71; 15:106; 21:16, 19; 22:31

Règlements. *Voir aussi* Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC)

Administration publique, 2:33; 4:163; 6:47, 144; 8:34–5; 11:74, 85–6, 92; 13:7, 9, 11, 13–15, 29, 35; 14:39; 15:11–13, 25, 79–80; 22:39, 44, 49, 63
 Attribution de fréquences, transmissions, 5:55, 57, 60, 63, 185; 6:139, 144; 8:43–6; 9:69–70; 13:66; 14:14, 30, 34–5, 43; 22:62–3
 Contenu éducatif, 4:85–7, 89–90, 93–4, 99–101; 5:131, 137–8, 142; 6:82–4, 91; 7:54–7; 9:29; 12:57–8; 14:62; 22:41
 Politique de concurrence, 2:31; 5:55; 6:132, 197; 11:57–8, 62–3, 73, 86–7; 13:8–9, 13–15, 20–4, 30, 45–6, 48–9, 63; 14:7, 33–4; 19:23–4, 46
 Radiodiffusion communautaire, 3:48; 5:55; 6:47, 57, 129, 132–4, 138, 146, 149–50, 158–9; 9:28; 11:52, 65, 67; 13:26; 14:32–3, 36, 40; 15:19, 24–5; 17:86; 18:11–12, 17

Stations privées

Câblodistribution, satellite, 6:153–4; 8:39–40, 44, 47; 9:24; 11:51, 68; 13:18–19; 14:29–30, 41; 15:98; 18:48; 19:20, 22
 Compétitivité, 2:11; 4:13, 16, 18; 5:135, 152–3; 6:144; 7:9; 9:30–1; 11:73, 85; 13:30; 14:43; 15:9–11, 20, 105–7; 21:33; 22:53
 Émissions, reportages locaux, 2:9; 4:8; 9:28; 11:81–2; 13:7, 11–12; 14:35, 40, 45; 15:17, 21–3, 106–7, 109; 18:26; 21:23, 28, 30; 22:56–7
 Radio, télévision communautaire, 5:61; 6:130–1, 215; 8:42, 59; 9:29; 13:62–6; 14:13–14, 21, 30–4, 36–7, 44; 15:80–1; 16:29–32; 18:19–20; 22:36, 38

Newspapers – Cont'd

Regional newspapers – Cont'd

- Central Region, 2:55, 63, 67; 4:41, 46, 74, 141, 145; 5:9, 11, 13, 17, 27, 149; 6:15, 114, 169, 174; 9:46–7; 16:14, 26
- Quebec Region, 5:9–11, 13, 15, 35, 71, 73, 102, 107–8, 111, 114, 118–19, 121–2, 166, 185–6; 6:198; 12:17–19, 24–6; 17:91, 101
- Western Region, 2:55, 64–6; 3:45; 4:13, 40; 6:19, 24–5, 66, 98, 108–9, 117, 120, 221; 7:9–12, 66, 69–70; 9:9, 13; 11:7; 15:100; 22:59

Periodicals

Consumer magazine

- Competition, international market, 1:60–1, 66; 2:24; 22:9–16, 20–2, 24, 26, 28
- English-language publication, 22:11, 20, 22
- Paid circulation, distribution, 1:62; 2:28, 35; 22:8, 12, 15–17, 19–21
- Theme, content, 1:62, 66; 2:22, 26, 32; 22:8, 15, 18

Industry analysis

- Diversity, 1:59, 66–7; 2:31; 22:9–10, 13–14, 20, 24, 26
- Employment opportunities, 2:35; 22:9, 24–5
- Entrepreneurship, 1:64–5, 69; 22:10, 16, 18
- Revenues, budget, 1:59, 64; 2:23, 29–30, 35; 22:9, 12–13, 17–18, 23, 25, 27

Membership, associations, 22:8, 10, 14–16, 20–1, 23

Periodicals cited

Canadian publications

- Alternative news magazine, 1:58; 5:103; 8:52; 9:80; 16:25
- Cultural groups, 1:39; 5:100, 146, 163
- General interest, 1:61; 2:29; 4:155; 5:163; 6:30–1, 39, 41; 14:7; 22:15–17, 21–3, 25–6, 28
- Macleans, 1:36–7; 2:24; 3:19; 6:127; 8:39; 15:86–7; 22:17, 21–4

Economist, 4:137; 6:106, 131; 15:75

Foreign-owned

- Atlantic Monthly, 1:59, 61; 6:31, 172
- Entertainment magazine, 2:29; 22:22
- Harpers, 1:59, 64, 69; 6:31
- New York Times Magazine, 1:61; 2:34; 5:170; 6:31
- New Yorker, 1:61–2, 64–5; 17:42

Time Inc.

- Fortune Magazine, 2:27
- People, 4:106
- Sports Illustrated, 4:56
- Time Canada, 1:36; 2:24; 6:30, 36

Press councils. See also Partnerships, journalists Under**Lobbying and representation**

Alberta Press Council

- Annual budget, 7:5, 16–18, 21
- Directives, membership, staffing, 7:5, 7, 9–11, 14–18, 22–5, 27–30
- Media accountability, 7:11–12, 17–18, 20, 23–5, 27–8, 31, 33, 43, 70
- Provincial legislation, concerns, 7:6
- Scholarship program, seminars, 7:5, 8, 16–17, 21, 23, 26

Rédacteur en chef. Voir aussi Qualité et autorité Sous Édite et professionnels

Directives

- Développement professionnel, 3:44; 6:191; 7:27; 8:11:46; 14:67–8; 16:23; 17:57
- Éthique, normes, 1:46; 3:47; 4:45, 157–9; 5:24; 6:19, 198, 201; 8:50, 53; 11:34; 12:18; 13:51, 75–7; 14:28; 15:29, 34, 41, 72; 17:50–1, 120–3, 126; 19:35, 62–
- Organismes de réglementation, 4:49, 132–3, 149; 5:3; 6:189; 15:54–5; 17:107, 115, 123; 22:40, 45
- Tribunes, 4:153; 8:33; 13:42; 18:25; 19:29

Indépendance de la rédaction

- Contenu, 4:138–9; 5:44, 50; 6:29, 117; 7:41; 8:56–7; 11:35, 43; 12:24, 32; 13:41, 43, 50; 14:28–9; 15:8, 4; 16:40; 17:16–17, 24–5, 28, 106; 18:10–11, 35–6, 57; 19:58; 22:44–5
- Courrier des lecteurs, 2:42, 51; 5:104, 118; 6:68; 7:2; 39, 47, 68; 9:79; 11:10, 32; 12:19, 30; 14:28; 15:33, 5; 17:18, 31–2, 126–7, 131–3; 18:56–7; 19:33, 35, 5; 57–8
- Éditorial, 2:52; 5:40, 103, 116–17; 6:35, 124–5, 141; 7:19–20, 39; 8:60, 62–3; 14:54–5; 15:28–9, 65–6, 7; 17:17, 102, 118, 122

Journalisme, stratégies, 5:50, 114; 7:35; 8:28; 9:74; 11:12:22, 37–8; 15:68, 74, 94; 16:26, 36, 43, 68; 17:8, 18, 63, 87, 121, 125–8, 132; 18:15; 21:34

Obstacles

- Corporations, 2:8, 14, 17; 3:43, 47; 5:39; 7:34; 8:51; 9:45–6; 12:23; 16:14; 17:9–10, 35, 47, 91, 107, 109; 18:34; 22:47
- Litiges, conflits, 4:49; 5:110
- Partialité, censure, 1:55; 2:20; 3:22, 47; 5:40–1, 96; 152; 9:82; 16:15, 67; 17:6–7, 15–16, 105, 128; 18:14; 19:62; 22:45, 61

Royaume-Uni, modèle de médias

British Broadcasting Corporation (BBC)

- BBC Charter, 19:9, 11, 25
- BBC World Service, 2:33, 43; 4:10, 20, 39, 62, 67; 15:85, 90; 16:39, 63; 19:11, 14, 18, 20, 24; 22:48
- Gouvernance, 19:9, 25–7, 56; 22:54

Office of Communications (Ofcom), 19:9–10, 12–13, 122, 24–7

Politique gouvernementale

- Législation, réglementation, 19:9–12, 14–16, 22–8; 23:11, 14, 18, 24
- Licence de radiodiffusion, 19:10, 16, 22
- Propriété, concurrence, 19:11–14, 17, 19–20, 22, 27

Press Complaints Commission (PCC)

- Autoréglementation, 8:51; 19:11–12, 15–17, 19, 12
- Budget, financement, 19:15
- Contenu, intérêt public, 19:10, 12–14, 19–24, 27
- Normes de conformité, 19:11, 14–16, 20
- Vie privée, droits de la personne, 19:9, 23, 25
- Recherche, études, 19:8–9, 21

Shaw Communications Inc.

- Bloomberg Canada, 11:69
- Documentation à fournir au comité sénatorial, 11:70
- Objectifs, stratégie d'entreprise, 6:158–9; 11:52–7, 59; 64, 67, 69–70
- Services de télécommunications, 11:51–2, 57–8, 61, 6;

Press councils— *Cont'd***Ontario Press Council**

- Annual report, policies, **4:134, 141–2; 5:190**
- Composition of council, **3:29; 4:133, 136–7, 140–1; 8:52; 11:38**
- Designated groups, members, **4:140–1; 19:35, 58**
- Fees, newspaper contributions, **4:132, 135, 141; 11:11**
- Organization of News Ombudsmen (ONO - USA), **4:132**

Provincial institution. *See also* National Ethnic Press and Media Council of Canada (NEPMCC)

- Funding options, **5:178–80, 191–2; 6:53, 191; 7:16, 23–4; 8:52–3**
- Representation, lacking, **5:182, 184; 7:7–8, 12, 34; 8:32; 14:72–3; 17:62**
- Role, discussion, **4:134–6, 165; 5:190; 7:16–17, 21, 28–9; 8:33, 52; 9:55–6; 11:9, 38**

Quebec Press Council

- Ethical guide, documentation, **5:177, 179, 182–4, 187**
- Mandate, professional accountability, **5:183–4, 186, 188–92**
- Procedures, membership, **5:177, 179, 181–3, 186, 188–9, 191–3; 7:10**
- Public participation, civil society, **5:184, 187–9, 192**
- Volunteers, **5:182, 192**

Self-regulation

- Complaints, **4:131–6, 139–40, 143–4, 165; 5:39, 47, 89, 146, 178, 181–5, 187–9, 191; 6:50–1, 53, 63, 190; 7:5, 7, 11–12, 19, 21–2, 25–7, 29, 31–2; 8:53; 9:56, 79; 12:29; 17:131; 19:35, 59**
- Decisions taken, publication, **4:134–5, 140, 142–3; 5:179, 181, 189; 6:54, 56–7; 7:7, 11–12, 23–5, 34; 22:39**
- Foreign models, **4:142; 5:186; 6:51; 7:7, 22, 26; 8:51; 19:15–16**
- Ombudsman, councils, role, **4:132–3; 5:185–6; 6:53, 190; 7:7, 9, 17–22, 24–5, 39; 8:53–5; 11:11; 15:33, 39–40, 53–5; 17:124; 18:41; 22:45**

Printing and distribution cost**Competitiveness**

- Comparison between magazines and newspapers, **1:66–7; 6:59; 18:29**
- Printing presses, access **3:43–4, 46, 50–2; 6:14; 11:46; 12:24; 17:67, 74–6, 79, 100; 18:51, 53; 22:27**
- Modernization, **6:12, 104; 12:24; 15:47, 65; 17:76, 78, 113; 18:28, 35, 45; 19:30–1; 22:28**
- Pricing policies, **12:23; 17:112–13, 116, 134; 22:11, 13, 16, 18–19, 26**

Expenditures

- Postal services, **1:64; 6:63; 9:9–10; 14:25; 16:47, 58–9; 22:12–13, 17, 26, 28**
- Press run certificates, quota, **7:38; 18:9**
- Production, profitability, **1:65, 69–71; 2:35; 3:51–2; 9:13; 11:30; 12:25–6; 14:50, 53; 15:59; 16:52, 59; 17:36, 91, 99, 135–6; 18:42, 44, 46–7, 53; 22:9, 11, 20–3, 25**
- Rural communities, **6:106–7, 148; 8:39–43, 45–7; 9:9; 12:21, 23; 14:25, 53; 17:90, 96**
- Wholesalers, newsstands, **1:63; 8:42–3; 15:74; 22:12–13**

Printing services cited, **3:43–4, 52****Taxes**

- Goods and services tax (GST), **1:27, 38; 4:55; 12:20, 28–9**

Shaw Communications Inc. — *Suite***Shaw Cablesystems**

- Formation et ressources, **6:153**
- Responsabilités sociales, **6:129, 131–2; 11:64**
- Télédiffusion locale, **3:44; 9:28, 54, 82; 11:51–2, 58, 60; 14:34**

Société Radio-Canada (SRC)**Concurrence**

- Bureaux de presse, personnel, **2:54–5, 57; 3:12, 30, 41; 4:19, 59, 78, 81–4; 5:125; 6:18; 8:24, 32, 61, 65; 11:22; 17:13, 15, 20, 54, 129; 22:53**
- Ententes de partenariat, **5:49–50, 110, 112, 119–21, 136–7; 9:15–18, 74–5; 12:34–7; 13:10, 19–20, 29; 16:31, 34; 17:39, 139–40; 19:37; 21:13**
- Marché extérieur, **2:19, 33; 4:21, 62, 67, 168–9, 174; 9:18; 11:91; 13:30; 15:90; 16:63–4; 22:52**
- Stations indépendantes, **4:19–21, 78, 80, 85, 105, 153; 5:127; 6:21, 36–7, 91, 112; 7:9; 9:14, 22, 29, 36; 11:80, 90; 13:63–5; 14:8, 10–11, 24; 15:9–11, 23, 81–2; 17:119; 21:10, 24, 27; 22:53, 58**

Financement

- Radiodiffusion, modèles, **15:78, 85–6, 90; 16:31–2, 35, 38; 22:54**
- Recettes publicitaires, budget, **4:12, 20, 103–5; 9:20–2, 24–5; 12:36; 14:24; 15:90; 16:47; 22:24, 59**
- Reportage des affaires internationales, **6:39**
- Secteur privé, rôle, **2:24–5; 4:13–14, 22–3, 91–2, 105; 6:37, 87; 7:35; 9:36–7; 11:90–1; 12:37; 13:11; 14:20, 25; 15:52, 78–9, 81, 84–5, 89–90; 17:116, 146–8; 18:18–19; 19:55–6; 21:16**
- Soutien public, **1:41, 46, 48, 69; 2:10–11; 4:22–3, 28, 88, 173–4; 5:104, 124, 126–8; 6:12; 8:47; 9:20, 23; 12:58; 15:35, 37, 83–4, 90–1; 16:31, 37–8, 62–3; 21:25; 22:50–1**

Polémique

- Contenu, partialité des journalistes, **2:49; 4:27, 31–3, 36; 5:104, 154; 6:35; 8:33–4, 56; 9:32, 82; 14:70–2; 15:63, 99; 16:15, 30–1; 17:88; 22:36, 49–53, 55–6, 58–62**
- Diversité régionale, **4:30–1, 172; 6:144; 7:32; 8:15, 35, 48; 9:20–1, 23–6, 28, 34; 15:77–8, 80–1, 83, 86, 98, 106; 17:40–1, 49, 53, 88, 103, 137; 18:26–7; 21:25; 22:55–8, 60, 62–3**
- Gestion, dotation, **2:25; 4:154–5; 5:120, 128, 158; 6:188; 9:25–6, 73; 15:25, 59, 78–80, 87; 17:41, 80–2; 22:48, 54, 56**
- Influence politique, **4:23–4, 28, 31, 92; 5:103; 15:84; 22:50, 58–60**
- Réputation de la société, **2:11–12, 32, 43–4; 4:27, 103; 5:127, 129–30; 6:216; 13:22; 14:24–5; 15:82, 91; 16:63; 22:50, 54**

Programmation

- Actualités, **2:9–11, 64; 3:6, 40, 48, 50; 4:16–19, 62, 69; 5:24, 98, 127, 132, 181; 6:183; 8:34–5, 39–44, 47–8; 9:23–5, 27, 30; 11:58, 68; 14:16; 15:106, 108; 16:32, 35, 37–41, 63–4; 22:48**
- Efficacité publicitaire, cote d'écoute, **4:105, 107; 5:88, 90, 154; 6:175, 216; 9:16–17, 19; 12:35–6; 15:90**

Printing and distribution cost – Cont'dTaxes – *Cont'd*

- Goods and services tax (GST), 1:27, 38; 4:55; 12:20, 28–9
- Provincial sales tax (PST), 1:38; 12:20
- Sales agencies, fees, 1:32–4, 36

Publishers and professionals. See also Journalists

Business development

- Competition, 1:62; 4:42, 49; 5:65, 108–9; 6:13, 20; 11:19; 14:68; 15:27; 17:67; 18:53; 22:11–12, 19
- Periodical press, 1:59–60; 4:138; 5:18; 22:9, 14, 18, 27
- Public opinion, 4:45, 81; 6:114–15; 7:12, 20, 32; 8:20, 61; 11:42, 45; 19:58
- Revenues, expenses, 3:52; 9:60; 11:40–1; 22:13
- Staffing, 5:42–3; 9:60–1, 82; 14:36, 63, 66–9; 15:19–20; 17:109, 123, 126, 136; 18:58; 19:17; 22:55

Publishers cited. *See also Corporations Under Newspapers*

- Hollinger Inc., 4:37, 39–42, 46, 48; 5:49; 6:9; 7:36, 50; 8:38; 13:36, 50
- Horizon Publications Inc., 4:38, 40–1, 48; 7:44
- Irving, 15:9, 14, 60, 67, 77; 17:7–23, 27, 33–5, 38, 40, 43–5, 47–50, 52–61, 63–71, 73, 77–8, 96, 101, 104, 106–9, 112–14, 118–24, 126, 131–48; 18:5–13, 15–16, 18, 20–4, 26, 32, 38–9, 41, 43–4, 47, 54–5, 57; 21:15
- Osprey Media, 2:40; 4:41, 139; 9:60; 13:36
- Thomson Corp., 1:45; 4:43, 166; 5:49; 6:113–15; 8:45; 15:77; 17:34, 48, 120; 18:34; 19:33

Quality and authority. *See also News editor*

- Community awareness, 2:48–9, 63–4, 69; 3:26, 29, 32, 39, 41, 45, 49; 4:60; 5:22, 118; 6:60, 183; 7:48; 8:37; 11:20, 32, 45; 12:32; 14:28, 64; 17:103; 18:25, 35–6; 22:32
- Content, 1:66–7; 2:14, 22, 46, 56, 59–60, 69; 3:22–3, 47, 49; 4:45, 51, 146, 170; 5:15, 100; 6:16, 208; 11:39; 12:26; 13:72, 75; 17:17–18, 28–9, 46, 51, 106, 120–2, 127; 18:23, 39; 22:9, 18–20
- Current trends, 1:41, 60, 66, 69; 2:12, 15, 28, 41, 56–7, 62–6, 71–2; 4:52; 5:40, 79, 81; 6:28, 95; 8:31; 17:8, 83, 105; 18:10; 19:39, 49
- Ethics, principles, 2:51–2; 6:51, 56, 98, 181–2, 185–6, 189–90, 194–5, 197, 199; 7:29; 8:54; 11:7, 18–19, 33; 18:17, 36, 54; 19:35–6; 21:12, 26–7, 30
- Studies and comparison with United States, 6:107, 109, 162–8, 170–1, 177–8; 8:17, 30; 9:47; 15:26, 97; 22:14, 52, 54

Resources

- Canadian Business Press (CBP), 22:23
- Canadian Journalism Foundation (CJF), 15:18; 17:38
- Canadian Journalists for Free Expression (CJFE), 8:22
- Conference Board of Canada, 4:76
- International Federation of Journalists (IFJ), 8:22

Visible minorities and aboriginal people

- Aboriginal producers' associations, 4:79
- Canadian Diversity Producers Association (CDPA), 4:76, 128
- Corporate structure, representation, 4:130–1; 5:188; 6:73, 151, 170, 212; 7:14–15, 22; 8:36, 60–1; 9:74; 14:47; 16:11, 26–7, 60; 18:56; 19:46
- Employment equity, 3:26–34, 36–7, 39; 4:67, 70, 76–83, 96, 117–19, 121–31, 140; 5:117; 6:72; 7:8; 16:27–8
- Foreign models, 4:77, 131

Société Radio-Canada (SRC) – SuiteProgrammation – *Suite*

- Émissions, 2:6–7, 10, 19, 32, 55, 57; 3:47; 4:13, 29, 55, 67, 78, 167, 172; 5:23, 39, 50, 104, 119, 146; 6:216, 219; 9:14–15, 17–19, 22–4; 11:91; 13:22, 29, 35; 14:35; 15:57, 76, 83, 88, 98, 100, 109; 17:31, 89; 19:22:59, 63
- Groupes ethniques, 2:10; 4:27–9, 34, 62, 79; 6:15; 9:25–7, 33–4; 17:103; 18:7, 12, 26
- Opinion publique, sondages, 1:46; 2:18; 9:19; 15:8; 105–6, 110; 22:53, 55, 60

Rôle

- Identité nationale, 1:55–6; 2:19; 4:11, 21–2; 5:14, 9, 128; 6:33, 37, 99, 105, 137; 8:32; 9:22, 36, 64; 11:7; 12:27; 15:81; 16:67; 17:68; 22:48–50, 62–3
- Mandat, 2:19; 3:22; 4:8, 19, 23, 25, 28, 87; 5:126; 6:75:4; 8:28, 35, 42, 47; 9:14–16, 21, 71; 12:52, 58; 13:35; 14:25–6; 15:79, 82, 90–1; 16:63; 17:116; 21:25; 22:38, 51–2, 58, 60
- Ombudsman, 4:132, 143; 5:185; 14:72
- Possibilités d'emploi, 4:76, 78, 82, 126, 129–31; 5:8; 6:214; 8:6, 10, 18; 15:82, 84; 17:60, 63; 18:18–1; 22:54–7
- Radiodiffusion de langue française, RDI, 5:128, 131, 154; 6:144; 9:14–21, 23–4, 26–8, 30, 32–4; 11:84, 14:57; 18:26

Sociétés de radiodiffusion. Voir aussi Stations de télévision localesCTVglobemedia. *Voir aussi CTV News*

- ATV, 4:16; 14:12, 23; 15:9, 78, 82–3, 85, 108–9; 19:21:16, 27
- BCTV, 4:13, 113; 6:21–2, 35, 90–1, 112, 175; 7:9; CFTO, 2:11; 3:30; 4:8
- CHAN-TV, 4:8
- CHUM, 3:30; 4:11; 7:9–10, 13–14, 51, 57, 59; 11:13:26, 46–7, 65; 15:14; 21:25

Propriétés canadiennes

- Astral Media, 5:61, 80, 88, 125, 153–4; 7:14; 13:2; 15:14
- Bell Canada Entreprises (BCE), 2:38, 73; 4:11, 21, 171; 5:10, 105, 124; 8:33; 9:74, 76–7; 11:53, 68, 7; 12:61; 14:17, 23; 15:42; 16:65; 18:14; 19:33, 35–46, 62–3; 21:9, 11, 14–15, 19, 22, 26; 23:15
- Corus Entertainment, 5:81, 147–8, 153, 155, 160; 11:60, 64, 66, 70
- Quebecor, 2:17–18, 38, 40, 42, 47, 75; 5:9, 25, 37–51, 81, 88–9, 107, 109, 112–13, 120, 124, 130, 146, 9, 152, 158, 181, 186; 7:36, 44, 49; 12:35; 13:10; 17:92, 97, 101
- Rogers, 2:38; 3:30; 4:11, 68–9, 94, 111, 171; 5:12; 6:86, 158; 11:70; 13:67; 14:32–4; 15:19; 18:47

Radio

- Clear Channel Communications, 1:51, 55–6; 6:38
- National Public Radio (NPR), 22:54

Sociétés sous contrôle étranger

- Cable News Network (CNN), 1:47; 2:7, 11–12, 16; 4:10, 16, 55, 61–2, 111, 167, 174; 6:22; 7:68; 8:3; 11:58, 61; 13:65; 14:21; 15:67, 89; 21:24, 29
- CBS Broadcasting Inc., 1:65; 6:188–9; 17:88
- Fox, 1:51, 54; 2:32, 37–8; 4:10, 25, 32, 52, 56, 168, 171, 174; 5:11, 18, 20; 9:30; 13:64–5; 19:10

Radio-Canada. *See* Canadian Broadcasting Corporation (CBC)

Shaw Communications Inc.

- Bloomberg Canada, 11:69
- Objectives, corporate strategy, 6:158-9; 11:52-7, 59-61, 64, 67, 69-70
- Shaw Cablesystems
 - Local television broadcasting, 3:44; 9:28, 54, 82; 11:51-2, 58, 60; 14:34
 - Social responsibilities, 6:129, 131-2; 11:64
 - Training and resources, 6:153
- Telecommunications services, 11:51-2, 57-8, 61, 63, 65
- Written information to be supplied to Senate Committee, 11:70

Studies and reports

- Books, essays
 - CBC fans flames of anti-Americanism*, June 13, 2005
 - Windsor Star* (Lydia Miljan and Barry Cooper), 22:52-3
 - Clear answers: the economics and politics ...*, 2000 (Kevin Taft and Gillian Steward), 8:27
 - Digital Journalism ...*, 2003 (Dr. Rich Gordon), 1:42
 - Early Years Study ...*, *The*, 1999 (Margaret Norrie McCain and J. Fraser Mustard), 4:99
 - Elements of journalism ...*, *The*, 2001 (Bill Kovach and Tom Rosenstiel), 6:183
 - Four theories of the press*, 1963 (Fred S. Siebert, Theodore Peterson, Wilbur Schramm), 4:158-9
 - Good women of China: hidden voices*, *The*, 2003 (Xinran), 16:6
 - Good work: when excellence and ethics meet*, 2001 (Howard Gardner), 6:95
 - Hidden agendas: how journalists ...*, 2003 (Lydia Miljan and Barry Cooper), 4:33; 22:46, 58, 62
 - Invention of journalism ethics ...*, *The*, 2004 (Stephen J.A. Ward), 6:181-2; 8:17
 - Journalism in the age of mass media globalization* (Hemant Shah), 17:10
 - Let's blame the readers ...*, January 1, 2005 (Columbia Journalism Review), 7:8-9
 - Lost in Cyberspace ...*, 2002 (Dwayne Winseck), 1:43, 48
 - Memoirs*, 1993 (Pierre Elliott Trudeau), 1:23
 - Pacific Press: the unauthorized story ...*, 2001, (Marc Edge), 6:10, 18
 - Portrait of Canada* (June Callwood), 4:144
 - Stifling debate: Canadian newspapers and nuclear power*, 1993 (Michael Clow), 17:19
 - We the media: grassroots journalism ...*, 2004 (Dan Gillmor), 16:36
 - What the media are doing to our politics*, 2004 (John Lloyd), 19:13
- Commission of inquiry, reports
 - Besoins de protection sociale des personnes ...*, *Les* (Bernier Report), 2003 (Québec, Minister of Labour), 5:165
 - Building on values: the future of health care in Canada* (Romanow Report) 2002, 8:28
 - Inquiry into the Sponsorship Program ...* (Gomery Commission), 2004, 5:85-6; 15:17
 - Jeunes et la lecture de la presse ...*, *Les* (Rapport Spitz), October 2004 (République française), 12:21, 31

Sociétés de radiodiffusion -- Suite

- Sociétés sous contrôle étranger -- *Suite*
 - Public Broadcasting Service (PBS), 4:25, 28, 167-8; 5:140; 7:57, 64; 15:17

Stations de télévision locales. Voir aussi Sociétés de radiodiffusion

- Chaînes thématiques
 - Deaf TV, 4:64-7, 69-70
 - Pride Vision TV, 4:35
 - Report on Business Television (ROB), 19:29, 32; 21:23-4
 - Vision TV, 4:25, 28, 79-80; 6:85; 9:75; 14:70; 15:57, 98
 - Women's Television Network (W Network), 4:79-80
- Francophonie
 - TQS, 5:37-8, 44, 51, 132; 12:34; 13:5, 11, 20-1
 - TVA, 2:38; 5:37, 39-40, 45, 50-1, 132, 146, 149, 151-2; 9:29; 11:73; 12:35, 39; 13:22; 22:41
 - TV5, 4:57; 5:129, 132; 9:16
- Réseau de télévision
 - Citytv, 2:5-6, 9; 4:8, 17; 6:206; 7:54, 57; 21:25
 - CPAC, 4:168; 13:8, 26, 28; 16:29; 19:50
 - Toronto 1, 2:5-6, 8, 16-18; 5:47; 13:63; 21:25
- Services culturels, éducatifs
 - OMNI, 4:8, 16, 57, 64, 67-8; 9:73
 - Stations non canadiennes, 7:57
 - Talentvision, 6:202, 204, 206-7
 - Telelatino (TLN), 4:53

Structure des industries de médias

- Lignes directrices, normes
 - Affiliations, honoraires, dons, 6:97, 122; 7:32, 35-6, 40-1, 43-4; 11:39; 15:17; 22:21
 - Collaborations, études, 5:64, 182; 6:48-50, 52, 57, 155, 171, 176, 181, 183, 187-8; 8:21-2, 51; 9:50; 12:25-6, 31; 16:6-7, 29; 19:8-9; 22:46-7, 58, 61-2
 - Contrôle, 3:31; 5:121-3; 6:50, 52-7, 169, 186-7, 192-3; 7:17, 32; 8:23, 34; 11:14, 38; 13:16; 14:72; 15:18, 54-5; 16:12-13; 17:62, 92, 97, 124; 19:61; 22:39
 - Initiatives de financement, recherche, 5:179-80; 6:48, 52-3, 56-7, 177; 8:23, 52; 11:14; 14:36, 38, 43; 16:37; 17:61-2, 100; 22:27
 - Politiques internationales en matière de médias, 6:49-51, 57, 170, 188, 190, 192; 9:36; 13:23, 33; 14:17; 17:19-20, 40; 18:8; 19:8, 11-12, 16-17, 21; 22:34, 49, 54, 61; 23:15
- Partialité, inquiétudes
 - Contenu, 2:13, 41, 49, 71; 3:15-17, 20; 4:92; 5:16, 19, 102, 133; 6:37, 154, 179-80; 7:41-2, 66, 69; 8:51; 9:49, 61, 78-80; 13:16; 14:70-2; 15:59, 62-5, 72, 77-8, 99; 17:81-2; 19:19, 23; 22:52
 - Discrimination, 3:38; 4:117-18, 120-4, 127-30; 5:92; 6:22-3, 49, 51, 54, 140-2, 145-6, 151; 8:54-7, 63-4; 11:44-5; 14:69-71, 73-4
 - Gestion des affaires, 5:41-2, 45-6, 101, 118; 6:56, 152, 157-9, 164, 168, 177, 197, 214; 7:24; 8:9, 40; 9:81-2; 11:43-4; 13:33, 68; 15:59; 16:15; 17:47, 109, 120, 130; 22:46-8
 - Groupes d'intérêt, 2:50-1; 4:34-6, 50, 120, 122; 5:29-30, 100-1; 6:54, 129, 132, 134, 136; 8:55-6, 58-60; 11:55, 57; 13:33; 14:46, 69-70; 15:101-3

Studies and reports – Cont'd

Commission of inquiry, reports – Cont'd

Making our voices heard ... (Juneau Report), 1996
(Mandate Review Committee, CBC, NFB, Telefilm),
12:62; 15:82; 17:143

Recommendations, 1986 (Task Force on Broadcasting
Policy), 15:84

Report of the Auditor General of Canada, November
2003, 5:86

*Report of the Royal Commission on Radio Broadcasting
(Aird Report)*, 1929, 14:27, 44

*Return to an address of the Honourable the House of
Commons dated 28th January 2004...*, Lord Hutton,
19:11, 13, 26

*Royal Commission on Publications (O'Leary
Commission)*, 1960, 6:13

Committees

Broadcasting Policy Monitoring Report, 2003 (CRTC),
5:54

*Debtors and creditors sharing the burden: a review of the
Bankruptcy and Insolvency Act...*, November 2003
(Standing Committee on Banking, Trade and Commerce),
10:45

Interim Report on the Canadian News Media, April 2004,
1:52; 2:5, 75; 3:42; 4:85, 88, 119, 158–9, 170; 5:149;
6:14, 38; 9:46; 11:9–11, 50, 72, 76; 13:6, 33, 54; 14:69;
15:58, 60; 16:23, 66; 17:53; 21:33; 22:11

Our cultural sovereignty ... (Lincoln Report), June 2003
(Standing Committee on Canadian Heritage), 5:56, 62;
6:130–1, 150; 11:77, 91; 12:52–3; 13:40; 15:79, 82, 85–
6

Privatization and quota licensing in Canada's fisheries,
1998 (Standing Senate Committee on Fisheries), 15:62

Non-governmental organizations

Anti-Islam in the media, 2005 (Canadian Islamic
Congress (CIC)), 8:54

Broadcasting Policy Monitoring Report 2004 (CRTC),
13:7

ComBase Readership Study 2003/2004, 7:32–4, 37–8

*Commission for the study of public forest management in
Quebec (Coulombe Commission)*, 2004, 5:134

*Journalism, Media and the Challenge of Human Rights
Reporting*, 2002 (International Council on Human Rights
Policy ICHRP), 8:22

Missing news: filters and blind spots ..., *The* 2000
(Robert A. Hackett et al.), 6:139

*Official Commentary on the Convention on International
Interests...*, 2002 (Royston Miles Goode), 10:52–3

Ownership by Canadians ..., 2003 (Canadian Conference
of the Arts), 1:42

PWAC Condemns New CanWest Global Contract, 2004
(Periodical Writers Association of Canada), 1:45

Racist Discourse in Canada's English Print Media
(Frances Henry and Carol Tator), 4:116

Reflecting Canadians..., July 2004 (Task Force for
Cultural Diversity on Television), 9:65

Report Card on Canadian News Media (Canadian Media
Research Consortium (CMRC)), 4:32; 6:161–2, 166–8,
171–2, 175–7, 180; 7:18, 21; 8:51

Review of Canadian media industries, February 2005
(Canadian Association of Broadcasters), 11:73, 75–6, 95,
97

Structure des industries de médias – Suite

Partialité, inquiétudes – Suite

Vie politique, 2:25–6, 53; 4:32–4, 158; 5:70, 75, 97
144–5; 6:20, 36, 110, 115, 164, 177; 7:40, 68; 8:30–
11:39–40; 12:38–9; 14:45, 54–5; 15:61, 70, 72; 16:
16; 17:12–13, 116–17

Pratiques commerciales

Gestion, 2:44; 4:78, 151; 5:53–4, 130–1, 133, 144;
57, 105, 130, 1, 137, 150; 7:31, 35; 9:22; 11:27, 68;
13:7, 11; 15:17, 36, 80–1, 83–5; 19:25–6; 22:53, 63
Juridictions, bureaux, 3:24; 5:17, 19–20, 31, 37–8, 1
117, 150, 162, 178; 6:11, 100; 7:60; 8:43–5; 17:30
Objectifs, 4:55, 129, 136; 5:90, 162; 6:17–18, 102,
4, 168, 188; 7:19, 39; 8:20, 49–50, 65; 9:60–1; 11:4
85; 13:38; 15:23; 16:40; 17:26, 28; 18:47, 53; 19:4
59; 21:27

Politiques, 4:172; 5:11, 25, 64–5, 74, 76, 179–80; 6
62, 108–9, 125, 182, 184–5, 187, 189, 198; 7:14, 18
66–7; 9:52; 13:22, 30, 77; 16:6, 32; 17:89; 22:8, 54
61

Réglementations, 4:7, 102, 135; 5:29, 62, 67–8, 124
150, 157, 159–60; 6:103, 114, 145; 9:48–9, 54; 11:
43, 97; 12:43; 13:45, 78–9; 14:25; 16:5, 12, 17; 17:
18; 17:19; 54; 23:34

Profit et charges

Centralisation, 2:9, 16, 23, 26, 37, 42; 4:8, 19; 5:72
113, 178; 7:48; 8:35; 17:76–7, 101

Contrôle de la qualité, 3:21; 5:12, 14, 31, 132, 173;
10, 18, 29, 56; 7:13, 42, 67; 8:24, 32; 9:59–60; 11:
12; 23, 41–2; 13:33; 15:81; 16:13, 25; 17:81, 83, 85
110

Dotation, 3:12–13, 31; 5:60, 111–12, 119; 6:18–19
7:13; 8:24, 29–30; 9:56–7; 11:26–8, 78; 15:15, 20–
16:6; 17:83, 86–7; 22:48, 57

Image de marque, 2:31; 4:40, 46–7, 146; 5:22–3, 7
99, 113, 160; 6:67, 115–16, 153; 17:8

Tabloïds, quotidiens gratuits, 4:43, 137; 5:10–17, 3
6:9, 173–4; 7:38, 41, 48; 8:12; 9:47, 57; 11:23–4, 3
12:42; 13:37, 79–80; 15:75–6; 17:73, 117, 119; 19
60

Stratégies

Bureaux à l'étranger, 3:8, 12, 16–17, 19–20, 24; 5:
151; 6:195; 11:46; 12:39–41; 13:60, 71; 15:89; 19
51–2; 21:22

Divertissement, émissions de télé-réalité, 4:105; 5:
42, 146, 152; 6:91, 136; 21:33–4

Intérêt public, 4:172; 5:22, 34, 44, 108, 122, 189–9
6:157, 186–9; 7:30–1; 8:30–1, 46, 49, 60; 9:47, 79
11:42–5, 94, 99; 12:27–9, 31, 43; 14:27, 36, 69; 17
129–30, 145; 22:51

Relations avec les médias, 2:24; 3:10; 6:130–3, 15
187, 191–2, 200; 7:22, 27; 11:19, 86; 15:68–72, 10
Reportages, 4:136; 7:69–71; 8:21; 9:78; 11:39, 51;
12:30; 13:38; 14:74; 15:7, 18, 67, 98, 104, 110; 18
21; 21:29–32

**Syndicats. Voir aussi Associations, entreprises Sous Lobby
et représentation**

Fédération nationale des communications (FNC)

Identité culturelle, influences aux médias, 5:123, 1
129, 131

Membres, 5:122

Studies and reports – Cont'dNon-governmental organizations – *Cont'd*

Rich Media, Poor Democracy, 1999 (Robert McChesney), 1:58; 6:183

Tuning into Diversity (European Union (EU)), 2002, 6:49

Royal Commission on Newspapers

Davey Report, The, 1970, 2:44; 3:29, 42; 4:54, 158–60, 166; 5:24, 26; 6:15; 7:54, 66; 8:55; 11:9, 12, 71–2; 15:77; 16:5; 17:66, 136, 143, 146

Kent Commission, The, 1981, 2:43–4, 51, 53; 3:29; 4:54, 157–61, 164, 166; 5:18, 24, 26, 31, 101; 6:19, 50, 114, 156; 8:33; 11:9, 12; 15:84, 91; 16:5, 12; 17:55, 66, 143–4, 146; 18:9

Technologies for deaf persons

Communication, technical aids

American Sign Language (ASL), 4:64–6

Quebec Sign Language, 4:65

Training and mentoring programs, 4:65–7

Voice-over, sub-titles, sign language, 4:68–9

National organizations

Bob Rumball Centre for the Deaf, 4:68

Canadian Cultural Society of the Deaf (CCSD), 4:64

Canadian Deaf Heritage Centre, 4:64

Canadian Deaf Heritage Project, 4:65

Canadian Hearing Society (CHS), 4:68

Statistics, legal disabilities, 4:66

Telecommunications. See Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC)**Telefilm Canada. See also Bill C-18, An Act to amend the Telefilm Canada Act and Another Act and also Act to amend the Telefilm Canada Act and Another Act**

Audiovisual sector, mandate, 1:70; 12:44–7, 49–52, 54–9, 61–5; 14:44

Music industry

Entrepreneurs, 12:47–9, 51

Foreign countries, policies, 12:48

Investment projects, 12:46–9, 52, 59, 63

Performing arts

Business services, funding, 5:129; 6:86; 12:43, 47–50, 52–4, 56, 59–60, 64

Canadian content, culture, 4:11, 22; 12:27, 44–6, 48, 53–7, 60, 62

Decentralization, regional productions, 12:44, 47, 49–50

Films and documentaries, 12:45–6, 50, 54–7

Public administration

Intergovernmental relations, 12:53

Policies, regulations, 12:57–8, 61–2, 65, 67–9

Selection process, 12:59–60

Télé-Québec. See also Act respecting the Société de radiodiffusion du Québec (Télé-Québec Act) Under Publishing, Media Under Cited laws

Collaborative approach

Co-production agreements, 5:142; 12:34

Quebec, Minister of Education, 5:144

Signal distribution, 5:139–42

Corporate management

Board of directors, 5:136, 144–5

Syndicats – SuiteFédération nationale des communications (FNC) – *Suite*

Radiodiffusion, critiques et inquiétudes, 5:41, 124–5, 127, 131

Média

Comité de surveillance, rôle, 5:37–8, 43–5, 115–16

Guilde des employés de journaux de Montréal, 5:99

Représentation, inquiétudes, 5:165–6, 171, 176; 6:198;

9:51, 75; 13:20; 17:36, 145–7; 18:19; 22:49–50, 55–6

Syndicat des Communications de Radio-Canada, 5:49, 120; 18:19; 22:55

Union des artistes (UDA), 5:78, 82

Regroupement des syndicats de Gesca. *Voir aussi Gesca Ltée*

Affiliation, 5:107, 122

Concentration des médias, rapports, 5:107, 114; 12:42

Représentation des employés, intervention, 5:107–10, 113–14

Syndicat canadien des communications, de l'énergie et du papier (SCEP)

Action politique, législation, 2:44–5, 50, 52–4; 8:30; 17:8

Conseil consultatif, ombudsman, 2:43–6

Responsabilité des médias, recommandations, 2:37, 43, 49; 6:12–13, 15

Sondages, 2:39; 6:10; 7:45

Syndicat des médias, représentation, 2:36, 40, 43, 45, 50; 4:38; 6:8; 14:26

Syndicat des travailleurs de l'information du Journal de Montréal

Convention collective, mise en œuvre, 5:47, 52

Indépendance des médias, obstacles, 5:43–4, 47, 52, 146, 152

Stratégies de promotion croisée, critiques, 5:40–2, 45–6

Technologie de l'information

Concurrence

Diversité, 2:72; 4:44, 51–2, 166; 5:12; 6:99, 178; 16:37, 43, 62; 19:20, 34, 39–40, 50–1

Entreprise, 5:109–10; 6:16, 18, 101, 112; 9:5, 26, 29, 40–1, 57; 11:12, 17–19, 55, 86; 12:47; 13:7, 24, 29; 14:8, 22, 43; 15:33, 50–1, 94, 97; 16:35, 38, 55; 17:110–11, 115; 18:48

Marchés internationaux, 11:23, 53, 55–6, 65–6, 74;

12:22, 27, 31; 13:12, 19, 27; 14:19; 17:14, 41; 19:10, 24, 45

Sensibilisation du public, 1:49; 2:22, 27–8, 31, 58, 62, 65, 68; 5:8, 15, 34; 6:45–6, 98–9, 188–9; 8:32; 13:18,

45–6, 79; 14:40; 16:42–4; 18:45, 60

Sources de médias, 5:35, 43; 6:45, 154–5, 183, 220; 8:7–8, 27, 33; 11:10–11, 27, 54, 78; 12:21–2, 27; 13:26, 60;

15:15–16, 22, 38–9, 108, 110; 16:65; 17:45; 19:21, 23,

36, 50; 22:63

Innovation technologique

Émissions téléchargées, 2:57; 6:121–3, 169; 11:53, 79–80; 12:47, 61; 13:24–5, 54; 16:37; 22:63

Programmes d'enseignement en ligne, 6:83, 89, 179; 7:53, 59; 8:49; 14:29, 39

Reportage de nouvelles, 1:52; 6:125, 216–20; 8:17, 23, 25; 9:43, 53; 11:30, 58; 15:16, 32, 34, 50–1, 69–70, 92; 16:34–6, 38–41; 17:21, 147; 18:36–7, 45; 19:30; 21:11, 32

Télé-Québec – Cont'd**Corporate management – Cont'd**

- Funding approach, subsidies, **5:125, 127, 130, 138–9, 143–5**
- Public broadcaster, role, **5:133, 135, 137–8, 140; 7:56–7**
- Staffing, independent producers, **5:139**

Programming

- Audience ratings, competition, **5:90, 129, 132–3, 140**
- Documentaries, social impact, **5:134–5, 138, 145**
- Focus on culture and education, **5:131–8, 141–4**
- News magazines, public affairs, **5:135, 138, 143; 6:93; 7:65**
- Programs cited, **5:137**

Torstar Corporation**Business operations**

- News coverage and resources, **11:24, 30–2, 45, 47, 49**
- Ownership, conduct, **2:40; 4:43, 48; 6:9, 68; 11:6–7, 22, 34–5, 41, 43–6**
- Revenues, **11:18, 39, 48–9**
- Staffing, **11:28**

- Priorities, initiatives, **11:7, 10–14, 16, 18–21, 24–5, 27, 29, 32–3, 40–2, 47**

Subsidiaries. See also Daily Under Newspapers

- Hamilton Spectator, The*, **2:40, 55, 63; 5:149; 11:7, 16, 23, 33, 39, 47**
- Harlequin Enterprises, **11:7**
- Metroland Media Group, **11:8, 46–9**
- Toronto Star*, **1:31; 2:14, 37, 40, 42, 50; 3:5–7, 13; 4:132, 143, 145–6, 156; 5:10, 12, 21, 92; 6:98, 107, 197, 199; 8:51; 9:45, 48; 11:6–8, 10, 16, 18–19, 22, 27, 30–3, 45–7, 49; 15:100; 16:14–15, 38–9**

- Written information to be supplied to Senate committee, **11:28–9, 36, 50**

Transport Canada

- Federal-provincial relations, **20:39–40, 42**
- Legislative proposals, **10:54; 20:10–11, 15, 21, 24–5, 34, 44–5; 21:36**
- Mandate, priorities, **10:32–3; 20:19, 29–31, 34–5, 46**
- Public safety and security
 - Boundaries, concerns, **10:33; 20:46**
 - Economic impact, **10:32; 20:41, 46**
 - Emergency preparedness, **10:32–3**
 - Navigation, regulation, **20:10–11, 31–3, 35–6, 44–5, 49–50**
 - Road construction, **20:41–3, 45**
- Sustainable transportation, **10:33–4**

TVOntario**Business lines**

- Independent Learning Centre (ILC), **4:85, 90, 95**
- TFO, **4:85–90, 93, 97, 99, 125; 5:139–40, 145; 7:56; 9:29–31**
- TVO, **4:85–6, 88, 90; 7:56, 64; 19:52**
- TVO Kids, **4:100**

Educational broadcaster

- Franco-Ontarian viewers, **4:87, 89, 99; 7:56**
- Mandate, educational resources, **4:86, 90, 93–6, 98–101, 125–6; 6:93**
- Perspective, Ontario-focus, **4:86, 93, 97, 100; 7:65**

Technologie de l'information – Suite**Innovation technologique – Suite**

- Satellite, **1:30; 2:7, 12, 31, 73; 3:48, 50; 4:25, 114, 171; 5:98, 141; 8:44–5, 47; 9:19, 30, 53, 69; 11:53, 88; 13:7, 18–19, 26–7, 40, 63; 14:5–6, 19–20, 34–5; 15:15; 18:48; 21:13, 33**
- Téléphone cellulaire, **23:14, 73**

Internet

- Base de données, enregistrement, **10:37, 46–7; 13:25; 15:48–9, 94, 96; 16:35–6; 18:48, 58–9; 19:45; 23:11**
- Programme d'accès communautaire (PAC), **14:34**
- Service d'accès, **3:46; 5:28; 6:103, 106–7, 143, 221; 8:40, 45, 48; 11:51–3, 68; 14:49; 15:48; 16:41; 17:452, 93, 116; 19:50**
- Sites Web, blogues, **1:54, 59; 2:28, 34; 3:46; 4:97, 15:9–10, 13, 19, 152; 6:43, 45–6, 98, 100, 121, 123, 1217–18, 220–1; 8:27, 48; 11:17–18, 30, 33; 13:42, 514:21–2, 41; 15:17, 58, 94; 16:36, 38, 43; 17:25, 1319:30, 39–40, 44–5, 48–51, 56, 59, 61**
- Techniques de recherche, utilisations, **2:32; 6:219–211:54, 57; 12:33; 15:51, 94; 16:42–4; 17:82**

Médias imprimés vs. électroniques

- Consommation, **2:27–8, 31, 57; 5:27; 6:23, 74, 105, 169, 173, 218; 8:40; 13:54, 57; 15:32, 34, 38, 43, 9616:8, 34, 36, 39–41, 173; 17:25, 93; 19:18, 40, 44; 2106, 184, 216–17, 220; 11:68; 13:58; 14:20; 15:65, 94; 16:35, 37, 40, 43; 17:78, 93, 110, 113; 19:14, 369**
- Nouveaux médias, **5:17; 6:23, 46–7, 102–4, 125, 15179–80, 219; 8:27; 9:58; 11:24, 75; 12:50, 61; 13:624; 14:22; 15:94–7; 17:26; 19:9, 51; 21:33**
- Publicité, revenus, **4:113; 6:126; 15:49–50, 93; 16:38; 17:25–6; 18:28, 37, 45; 19:45**

Sécurité

- Crime informatique, vol du signal, **11:63–5, 74; 13:18; 14:19**
- Protection du consommateur, **6:220; 11:59, 65, 67; 19:12, 18–21; 23:31, 35, 37**
- Règlements, amendes, **4:114, 162–3; 6:49, 122, 1788:48; 11:55–6, 59, 61, 67, 98; 13:6, 15, 18; 19:9, 1717–18, 24**
- Taux d'abonnement, **6:104; 8:41, 45; 11:66; 17:26**

Technologies aux personnes sourdes**Communication, aides techniques**

- American Sign Language (ASL), **4:64–6**
- Langue des signes québécois (LSQ), **4:65**
- Programmes de formation et de mentorat, **4:65–7**
- Voix hors champ, sous-titres, langage gestuel, **4:68**

Organisations nationales

- Bob Rumball Centre for the Deaf, **4:68**
- Canadian Deaf Heritage Centre, **4:64**
- Projet sourd canadien d'Héritage, **4:65**
- Société canadienne de l'ouïe, **4:68**
- Société culturelle canadienne des sourds, **4:64**
- Statistiques, incapacités légales, **4:66**

Télécommunications. Voir Conseil de la radiodiffusion télécommunications canadiennes (CRTC)

TV Ontario – Cont'dEducational broadcaster – *Cont'd*

Public broadcasters, competition, 4:85, 88–9; 7:62
 Service expansion to other provinces, 4:94, 99; 5:138–9,
 142–3; 7:61

Funding methods

Advertising revenues, lacking, 4:86, 88, 107
 Audience ratings, 4:96
 Corporate support, fundraising strategy, 4:91, 97
 Federal and provincial governments, 4:89–94, 97, 101;
 6:87–8; 7:60
 Programming costs, 4:98

Programs and documentaries cited, 4:86, 90, 92, 95–8, 100,
 125; 6:85, 94; 7:65; 19:29

Written information to be supplied to Senate committee,
 4:101

United Kingdom, media model

British Broadcasting Corporation (BBC)

BBC Charter, 19:9, 11, 25
 BBC World Service, 2:33, 43; 4:10, 20, 39, 62, 67;
 15:85, 90; 16:39, 63; 19:11, 14, 18, 20, 24; 22:48
 Governance, 19:9, 25–7, 56; 22:54

Government policy

Broadcasting licence, 19:10, 16, 22
 Legislation, regulation, 19:9–12, 14–16, 22–8; 23:11, 14,
 18, 24
 Ownership, competition, 19:11–14, 17, 19–20, 22, 27

Office of Communications (Ofcom), 19:9–10, 12–13, 15–16,
 22, 24–7

Press Complaints Commission (PCC)

Budget, funding, 19:15
 Content, public interest, 19:10, 12–14, 19–24, 27
 Privacy, human rights, 19:9, 23, 25
 Self-regulation, 8:51; 19:11–12, 15–17, 19, 21
 Standards of compliance, 19:11, 14–16, 20

Research, studies, 19:8–9, 21

Water transport industry

Arctic

Inuit corporations, partnerships, 20:11, 13–14, 20, 24,
 26–7

Marine transportation, 20:16–17, 24–5, 27

Western Arctic, fee exemption, 20:14–17, 22

Economic trends

Employment, trade, 20:11, 24, 29
 Northern development, 20:12–13, 15–16, 22, 30, 32–3,
 36, 50
 Service fees, policies, 20:10, 12–16, 18, 20–3, 25, 31–4,
 36, 49–50

Freight, discharge, 20:17

Marine security, jurisdiction, 20:10–13, 29–30, 35, 45–6

Téléfilm Canada. Voir aussi *Projet de loi C-18, Loi modifiant la Loi sur Téléfilm Canada et une autre loi en conséquence et aussi Loi modifiant la Loi sur Téléfilm Canada et une autre loi en conséquence*

Administration publique

Politiques, règlements, 12:57–8, 61–2, 65, 67–9
 Processus de sélection, 12:59–60
 Relations intergouvernementales, 12:53

Arts d'interprétation

Contenu canadien, culture, 4:11, 22; 12:27, 44–6, 48, 53–
 7, 60, 62
 Décentralisation, productions régionales, 12:44, 47, 49–
 50
 Films et documentaires, 12:45 6, 50, 54–7
 Services aux entreprises, financement, 5:129; 6:86;
 12:43, 47–50, 52–4, 56, 59–60, 64

Industrie de la musique

Entrepreneurs, 12:47–9, 51
 Pays étrangers, politiques, 12:48
 Projets d'investissements, 12:46–9, 52, 59, 63
 Secteur audiovisuel, mandat, 1:70; 12:44–7, 49–52, 54–9,
 61–5; 14:44

Télé-Québec. Voir aussi *Loi sur la Société de télédiffusion du Québec (Loi de Télé-Québec) Sous Édition, média Sous Lois citées*

Approche coopérative

Accords de coproduction, 5:142; 12:34
 Disponibilité du signal, 5:139–42
 Québec, ministère de l'Éducation, 5:144

Gestion des affaires

Conseil d'administration, 5:136, 144–5
 Dotation, producteurs indépendants, 5:139
 Méthode de financement, subventions, 5:125, 127, 130,
 138–9, 143–5
 Radiodiffuseur public, rôle, 5:133, 135, 137–8, 140;
 7:56–7

Programmation

Cote d'écoute, concurrence, 5:90, 129, 132–3, 140
 Documentaires, conséquences sociales, 5:134–5, 138,
 145
 Émissions citées, 5:137
 Magazines d'actualités, affaires publiques, 5:135, 138,
 143; 6:93; 7:65
 Télévision culturelle et éducative, 5:131–8, 141–4

Torstar Corporation

Corporations filiales. Voir aussi *Quotidiens Sous Journaux*
Hamilton Spectator, The, 2:40, 55, 63; 5:149; 11:7, 16,
 23, 33, 39, 47

Harlequin Enterprises, 11:7

Metroland Media Group, 11:8, 46–9

Toronto Star, 1:31; 2:14, 37, 40, 42, 50; 3:5–7, 13;
 4:132, 143, 145–6, 156; 5:10, 12, 21, 92; 6:98, 107, 197,
 199; 8:51; 9:45, 48; 11:6–8, 10, 16, 18–19, 22, 27, 30–3,
 45–7, 49; 15:100; 16:14–15, 38–9

Documentation à fournir au comité sénatorial, 11:28–9, 36,
 50

Opérations commerciales

Dotation, 11:28
 Propriété, comportement, 2:40; 4:43, 48; 6:9, 68; 11:6–7,
 22, 34–5, 41, 43–6

Torstar Corporation -- SuiteOpérations commerciales -- *Suite*

Reportages et ressources, 11:24, 30-2, 45, 47, 49

Revenus, 11:18, 39, 48-9

Priorités, initiatives, 11:7, 10-14, 16, 18-21, 24-5, 27, 32-3, 40-2, 47

Transports Canada

Mandat, ordre de priorités, 10:32-3; 20:19, 29-31, 34-5

Propositions législatives, 10:54; 20:10-11, 15, 21, 24-5, 44-5; 21:36

Relations fédérales-provinciales, 20:39-40, 42

Sécurité publique

Construction routière, 20:41-3, 45

Frontières, inquiétudes, 10:33; 20:46

Impact économique, 10:32; 20:41, 46

Navigation, règlement, 20:10-11, 31-3, 35-6, 44-5, 50

Protection civile, 10:32-3

Transport durable, 10:33-4

TVOntario

Documentation à fournir au comité sénatorial, 4:101

Émissions et documentaires cités, 4:86, 90, 92, 95-8, 101, 125; 6:85, 94; 7:65; 19:29

Méthodes de financement

Cotes d'écoute, 4:96

Coûts des émissions, 4:98

Gouvernements fédéraux et provinciaux, 4:89-94, 101; 6:87-8; 7:60

Recettes publicitaires, manque, 4:86, 88, 107

Soutien de l'entreprise, collecte de fonds, 4:91, 97

Radiodiffuseur éducatif

Élaboration des services aux autres provinces, 4:94, 5:138-9, 142-3; 7:61

Mandat, ressources pédagogiques, 4:86, 90, 93-6, 99, 101, 125-6; 6:93

Point de vue ontarien, 4:86, 93, 97, 100; 7:65

Radiodiffuseurs publics, concours, 4:85, 88-9; 7:61

Téléspectateurs franco-ontariens, 4:87, 89, 99; 7:56

Secteurs d'activités

Centre d'études indépendantes (CEI), 4:85, 90, 95

TFO, 4:85-90, 93, 97, 99, 125; 5:139-40, 145; 7:59, 9:29-31

TVO, 4:85-6, 88, 90; 7:56, 64; 19:52

TVO Kids, 4:100

WITNESSES AND COMMITTEE STAFF**Ahmed, Kashif (Personal communication)**

Broadcast media, 8:59

Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 8:56

Canadian Charter of Rights and Freedoms, 8:55

Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 8:55

CanWest Global Communications Corporation, 8:55

Ethnic press and media, 8:54-6, 58, 60

Journalists, 8:55

Lobbying and representation, 8:55, 58, 60

Media industry structure, 8:54-7, 59-60

Multiculturalism, 8:57-8

News coverage, features, 8:54, 56-8

TÉMOINS ET PERSONNEL DU COMITÉ**Ahmed, Kashif (Présentation personnelle)**

CanWest Global Communications Corporation, 8:55

Charte canadienne des droits et libertés, 8:55

Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 8:55

Conseils de presse, 8:55

Couverture de l'actualité, reportages, 8:54, 56-8

Études et rapports, 8:54-5

Journalistes, 8:55

Journaux, 8:56-60

Lobbying et représentation, 8:55, 58, 60

Multiculturalisme, 8:57-8

Presse et médias ethniques, 8:54-6, 58, 60

Ahmed, Kashif (Personal communication) – *Cont'd*

- News editor, 8:56–7, 60
- Newspapers, 8:56–60
- Press councils, 8:55
- Studies and reports, 8:54–5

Aizenman, Rebecca (Personal communication)

- Globe and Mail, The*, 7:66–8
- Journalists, 7:66–7
- Media industry structure, 7:66–8
- News coverage, features, 7:66–8
- News editor, 7:68
- Newspapers, 7:66
- Studies and reports, 7:66

Alexander, Ken, Publisher, *The Walrus*

- Advertising industry, 1:60–1, 67
- Audience targeting, 1:60–3, 65–6, 70
- Broadcast media, 1:66
- Broadcasting companies, 1:65
- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 1:69
- CanWest Global Communications Corporation, 1:58
- Government intervention, 1:60, 64–5, 69–71
- Independent newspapers, 1:64, 69–71
- Information technology, 1:59
- Journalism schools, 1:58
- Journalists, 1:50, 68, 71
- Lobbying and representation, 1:58–71
- Media literacy, 1:58, 60–1, 63, 69
- Multi-media convergence, 1:58, 61–2, 67
- Newspapers, 1:61–2, 64–5
- Periodicals, 1:59–67, 69
- Periodicals cited, 1:58–9, 61–2, 64–5, 68
- Printing and distribution cost, 1:63–7, 69–71
- Publishers and professionals, 1:59–60, 62, 66–9
- Studies and reports, 1:58
- Telefilm Canada, 1:70

Anderson, Doris, Chair, Ontario Press Council

- Audience targeting, 4:137, 139–40
- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 4:132
- Canadian Charter of Rights and Freedoms, 4:142
- Cited laws, 4:138
- Government intervention, 4:137, 139
- Information technology, 4:138
- Journalists, 4:142
- Media industry structure, 4:136–7
- Media monopolies, 4:131–2
- Multi-media convergence, 4:132, 138
- News editor, 4:132, 138–9
- Newspapers, 4:133, 141
- Periodicals cited, 4:137
- Press councils, 4:131–7, 139–44
- Publishers and professionals, 4:133
- Torstar Corporation, 4:132

Anderson, Kristjan (Personal communication)

- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 9:79
- Media industry structure, 9:78–80
- Multi-media convergence, 9:78–9

Ahmed, Kashif (Présentation personnelle) – *Suite*

- Radiodiffusion, 8:59
- Rédacteur en chef, 8:56–7, 60
- Société Radio-Canada (SRC), 8:56
- Structure des industries de médias, 8:54–7, 59–60

Aizenman, Rebecca (Présentation personnelle)

- Couverture de l'actualité, reportages, 7:66–8
- Études et rapports, 7:66
- Globe and Mail, The*, 7:66–8
- Journalistes, 7:66–7
- Journaux, 7:66
- Rédacteur en chef, 7:68
- Structure des industries de médias, 7:66–8

Alexander, Ken, éditeur, *The Walrus*

- Alphabétisation, apprentissage aux médias, 1:58, 60–1, 63, 69
- CanWest Global Communications Corporation, 1:58
- Choix de publics cibles, 1:60–3, 65–6, 70
- Convergence du multimédia, 1:58, 61–2, 67
- Écoles de journalisme, 1:58
- Éditeurs et professionnels, 1:59–60, 62, 66–9
- Études et rapports, 1:58
- Frais d'impression et distribution, 1:63–7, 69–71
- Industrie de la publicité, 1:60–1, 67
- Interventions gouvernementales, 1:60, 64–5, 69–71
- Journalistes, 1:50, 68, 71
- Journaux, 1:61–2, 64–5
- Journaux indépendants, 1:64, 69–71
- Lobbying et représentation, 1:58–71
- Périodiques, 1:59–67, 69
- Périodiques cités, 1:58–9, 61–2, 64–5, 68
- Radiodiffusion, 1:66
- Société Radio-Canada (SRC), 1:69
- Sociétés de radiodiffusion, 1:65
- Technologie de l'information, 1:59
- Téléfilm Canada, 1:70

Anderson, Doris, présidente, Conseil de presse de l'Ontario

- Charte canadienne des droits et libertés, 4:142
- Choix de publics cibles, 4:137, 139–40
- Conseils de presse, 4:131–7, 139–44
- Convergence du multimédia, 4:132, 138
- Éditeurs et professionnels, 4:133
- Interventions gouvernementales, 4:137, 139
- Journalistes, 4:142
- Journaux, 4:133, 141
- Lois citées, 4:138
- Monopolisation des médias, 4:131–2
- Périodiques cités, 4:137
- Rédacteur en chef, 4:132, 138–9
- Société Radio-Canada (SRC), 4:132
- Structure des industries de médias, 4:136–7
- Technologie de l'information, 4:138
- Torstar Corporation, 4:132

Anderson, Kristjan (Présentation personnelle)

- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 9:79
- Convergence du multimédia, 9:78–9
- Couverture de l'actualité, reportages, 9:79

Anderson, Kristjan (Personal communication) – Cont'd

News coverage, features, 9:79
 News editor, 9:79
 Newspapers, 9:78

Anderson, Scott, Editor-in-Chief, *Ottawa Citizen*, and Vice-President and Editor-in-Chief, CanWest MediaWorks Publications, CanWest Global Communications Corporation

Audience targeting, 13:56–7, 75
 Canadian Charter of Rights and Freedoms, 13:45, 52, 75
 CanWest Global Communications Corporation, 13:49–53, 55, 59–61, 69–71, 73, 75–8
 Cited laws, 13:52–3
 CTV News, 13:77
 Federal government agencies, 13:52
 Government intervention, 13:51–2
Guardian, The, 13:60
 Information technology, 13:57, 59
 Intellectual property, 13:69
 Journalism schools, 13:73
 Journalists, 13:51–2, 59, 69–71, 73–7
 Media industry structure, 13:45, 60
 Media literacy, 13:57
 Multi-media convergence, 13:72
 News coverage, features, 13:51, 73–4
 News editor, 13:50–1, 75–7
 News services, 13:52, 60–1
 Newspapers, 13:50, 52, 70–1
 Publishers and professionals, 13:75

Angus, Gregor, President of BBDO Montreal, and President of the Association of Quebec Advertising Agencies (AAPQ)

Advertising industry, 5:84–5, 88–9
 Broadcasting companies, 5:88
 Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 5:88
 Lobbying and representation, 5:84–5, 88–9
 Media industry structure, 5:88
 Multi-media convergence, 5:85

Annandale, Robert (Personal communication)

Information technology, 6:221
 Journalism schools, 6:221

Ardiel, Robert, Executive Secretary-Treasurer, Alberta Press Council

Media industry structure, 7:22, 24
 Press councils, 7:22, 24, 29–30

Atangana-Abé, Jacob, Treasurer, La radio communautaire du Manitoba, Envol 91.1 FM (CKXL)

Advertising industry, 9:35
 Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 9:36
 Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 9:36
 Ethnic press and media, 9:34–6
 Government intervention, 9:35, 37
 Lobbying and representation, 9:34–7
 Media industry structure, 9:36
 Multiculturalism, 9:34–5, 37

Anderson, Kristjan (Présentation personnelle) – Suite

Journaux, 9:78
 Rédacteur en chef, 9:79
 Structure des industries de médias, 9:78–80

Anderson, Scott, rédacteur en chef, *Ottawa Citizen*, et vice-président et rédacteur en chef, CanWest MediaWorks Publications, CanWest Global Communications Corporation

Agences de nouvelles, 13:52, 60–1
 Alphabétisation, apprentissage aux médias, 13:57
 CanWest Global Communications Corporation, 13:49–55, 59–61, 69–71, 73, 75–8
 Charte canadienne des droits et libertés, 13:45, 52, 75
 Choix de publics cibles, 13:56–7, 75
 Convergence du multimédia, 13:72
 Couverture de l'actualité, reportages, 13:51, 73–4
 CTV News, 13:77
 Écoles de journalisme, 13:73
 Éditeurs et professionnels, 13:75
Guardian, The, 13:60
 Interventions gouvernementales, 13:51–2
 Journalistes, 13:51–2, 59, 69–71, 73–7
 Journaux, 13:50, 52, 70–1
 Lois citées, 13:52–3
 Organismes fédéraux, 13:52
 Propriété intellectuelle, 13:69
 Rédacteur en chef, 13:50–1, 75–7
 Structure des industries de médias, 13:45, 60
 Technologie de l'information, 13:57, 59

Angus, Gregor, président de BBDO Montréal, et président de l'Association des agences de publicité du Québec (AAPQ)

Convergence du multimédia, 5:85
 Industrie de la publicité, 5:84–5, 88–9
 Lobbying et représentation, 5:84–5, 88–9
 Société Radio-Canada (SRC), 5:88
 Sociétés de radiodiffusion, 5:88
 Structure des industries de médias, 5:88

Annandale, Robert (Présentation personnelle)

Écoles de journalisme, 6:221
 Technologie de l'information, 6:221

Ardiel, Robert, secrétaire-trésorier exécutif, Alberta Press Council

Conseils de presse, 7:22, 24, 29–30
 Structure des industries de médias, 7:22, 24

Atangana-Abé, Jacob, trésorier, La radio communautaire du Manitoba, Envol 91.1 FM (CKXL)

Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 9:36
 Industrie de la publicité, 9:35
 Interventions gouvernementales, 9:35, 37
 Lobbying et représentation, 9:34–7
 Multiculturalisme, 9:34–5, 37
 Presse et médias ethniques, 9:34–6
 Société Radio-Canada (SRC), 9:36
 Structure des industries de médias, 9:36

Awasti, Deepak (Personal communication)

- Audience targeting, 5:91, 93
- Broadcast media, 5:93
- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 5:91
- Canadian Heritage, 5:91, 94
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 5:92
- Cited laws, 5:93
- CTV News, 5:91
- Ethnic press and media, 5:94-5
- Federal government agencies, 5:92, 96
- Government intervention, 5:93-5
- Media industry structure, 5:92
- Multiculturalism, 5:91-2, 94-5
- Newspapers, 5:92
- Torstar Corporation, 5:92

Badelt, Brad (Personal communication)

- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 6:216
- Information technology, 6:217-19
- Journalism schools, 6:215-16, 218
- Journalists, 6:215
- Media literacy, 6:217

Bakoyannis, George, Past President of the Quebec Community Newspapers Association, and Publisher of The Chomedey News, Quebec Community Newspapers Association (QCNA)

- Advertising industry, 5:72, 75-6
- Audience targeting, 5:69, 73-4
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 5:76
- Ethnic press and media, 5:75
- Globe and Mail, The*, 5:74
- Government intervention, 5:67-9, 75-6
- Independent newspapers, 5:69
- Journalists, 5:73
- Lobbying and representation, 5:67-70, 72-6
- Media industry structure, 5:66-7, 70, 72-3, 76
- News services, 5:67, 70, 75
- Newspapers, 5:73

Bassett, Isabel, Chair and Chief Executive Officer, TVOntario

- Audience targeting, 4:89, 91-3, 96
- Broadcast media, 4:85-7, 89
- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 4:85, 87-8
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 4:87-9
- Cited laws, 4:87-8
- Financial assistance, 4:88-9
- Government intervention, 4:85, 87, 100
- Information technology, 4:97
- Media industry structure, 4:92
- Media literacy, 4:99-100
- Multiculturalism, 4:89, 95, 97-8
- Publishers and professionals, 4:96
- Studies and reports, 4:85, 88, 99
- TVOntario, 4:84-93, 95-101

Awasti, Deepak (Présentation personnelle)

- Choix de publics cibles, 5:91, 93
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 5:92
- CTV News, 5:91
- Interventions gouvernementales, 5:93-5
- Journaux, 5:92
- Lois citées, 5:93
- Multiculturalisme, 5:91-2, 94-5
- Organismes fédéraux, 5:92, 96
- Patrimoine canadien, 5:91, 94
- Presse et médias ethniques, 5:94-5
- Radiodiffusion, 5:93
- Société Radio-Canada (SRC), 5:91
- Structure des industries de médias, 5:92
- Torstar Corporation, 5:92

Badelt, Brad (Présentation personnelle)

- Alphabétisation, apprentissage aux médias, 6:217
- Écoles de journalisme, 6:215-16, 218
- Journalistes, 6:215
- Société Radio-Canada (SRC), 6:216
- Technologie de l'information, 6:217-19

Bakoyannis, George, président sortant, Association des journaux régionaux du Québec, et éditeur, The Chomedey News, Association des journaux régionaux du Québec (AJRQ)

- Agences de nouvelles, 5:67, 70, 75
- Choix de publics cibles, 5:69, 73-4
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 5:76
- Globe and Mail, The*, 5:74
- Industrie de la publicité, 5:72, 75-6
- Interventions gouvernementales, 5:67-9, 75-6
- Journalistes, 5:73
- Journaux, 5:73
- Journaux indépendants, 5:69
- Lobbying et représentation, 5:67-70, 72-6
- Presse et médias ethniques, 5:75
- Structure des industries de médias, 5:66-7, 70, 72-3, 76

Bassett, Isabel, présidente et chef de la direction, TVOntario

- Aide financière, 4:88-9
- Alphabétisation, apprentissage aux médias, 4:99-100
- Choix de publics cibles, 4:89, 91-3, 96
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 4:87-9
- Éditeurs et professionnels, 4:96
- Études et rapports, 4:85, 88, 99
- Interventions gouvernementales, 4:85, 87, 100
- Lois citées, 4:87-8
- Multiculturalisme, 4:89, 95, 97-8
- Radiodiffusion, 4:85-7, 89
- Société Radio-Canada (SRC), 4:85, 87-8
- Structure des industries de médias, 4:92
- Technologie de l'information, 4:97
- TVOntario, 4:84-93, 95-101

Beaugrand-Champagne, Paule, President and General Manager, Télé-Québec

- Audience targeting, 5:135
- Broadcast media, 5:131-2, 135
- Broadcasting companies, 5:140
- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 5:132, 137
- Government intervention, 5:136
- Media industry structure, 5:132-3
- Multiculturalism, 5:131-2
- Multi-media convergence, 5:133
- News coverage, features, 5:133-5, 137
- Studies and reports, 5:134
- Télé-Québec, 5:131-8, 140-1, 143-5

Bédard, Annie, Director General, La Radio communautaire du Manitoba, Envol 91.1 FM (CKXL)

- Audience targeting, 9:40, 44
- Broadcast media, 9:40-1
- Ethnic press and media, 9:40-1, 44
- Information technology, 9:41
- Lobbying and representation, 9:40-1
- Multiculturalism, 9:41
- News services, 9:43-4

Beers, David, Editor, *The Tyee*

- Advertising industry, 6:104, 110
- Audience targeting, 6:96
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 6:96
- CanWest Global Communications Corporation, 6:96, 104, 107-8
- Government intervention, 6:96-7, 103
- Independent newspapers, 6:95, 97, 100
- Information technology, 6:103-5
- Journalists, 6:95, 100, 102, 108, 111
- Lobbying and representation, 6:95-7, 100-5, 107-13
- Media industry structure, 6:97, 105, 108-10
- Media literacy, 6:104, 108
- Media monopolies, 6:96-7, 105, 107, 112
- Multi-media convergence, 6:95, 97, 107, 111-12
- News coverage, features, 6:102, 110
- Newspapers, 6:95, 110
- Printing and distribution cost, 6:104
- Publishers and professionals, 6:95, 107-8
- Studies and reports, 6:95
- Torstar Corporation, 6:107

Bélanger, Charles, Chair of the Board, Telefilm Canada

- Audience targeting, 12:57
- Canadian Heritage, 12:47, 57, 59-61
- Financial assistance, 12:60
- Government intervention, 12:59-61
- Telefilm Canada, 12:43, 47, 54, 57, 59-61

Bélanger, Fernand, Journalist at *La Voix de l'Est*, and President of the Syndicat national des employés de *La Voix de l'Est*, Regroupement des syndicats de Gesca

- Independent newspapers, 5:112
- Journalists, 5:111, 118
- Media industry structure, 5:111, 118-19
- Media monopolies, 5:111
- Multi-media convergence, 5:111, 118-19

Beaugrand-Champagne, Paule, présidente-directrice générale, Télé-Québec

- Choix de publics cibles, 5:135
- Convergence du multimédia, 5:133
- Couverture de l'actualité, reportages, 5:133-5, 137
- Études et rapports, 5:134
- Interventions gouvernementales, 5:136
- Multiculturalisme, 5:131-2
- Radiodiffusion, 5:131-2, 135
- Société Radio-Canada (SRC), 5:132, 137
- Sociétés de radiodiffusion, 5:140
- Structure des industries de médias, 5:132-3
- Télé-Québec, 5:131-8, 140-1, 143-5

Bédard, Annie, directrice générale, La radio communautaire du Manitoba, Envol 91.1 FM (CKXL)

- Agences de nouvelles, 9:43-4
- Choix de publics cibles, 9:40, 44
- Lobbying et représentation, 9:40-1
- Multiculturalisme, 9:41
- Presse et médias ethniques, 9:40-1, 44
- Radiodiffusion, 9:40-1
- Technologie de l'information, 9:41

Beers, David, rédacteur en chef, *The Tyee*

- Alphabétisation, apprentissage aux médias, 6:104, 108
- CanWest Global Communications Corporation, 6:96, 107-8
- Choix de publics cibles, 6:96
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 6:96
- Convergence du multimédia, 6:95, 97, 107, 111-12
- Couverture de l'actualité, reportages, 6:102, 110
- Éditeurs et professionnels, 6:95, 107-8
- Études et rapports, 6:95
- Frais d'impression et distribution, 6:104
- Industrie de la publicité, 6:104, 110
- Interventions gouvernementales, 6:96-7, 103
- Journalistes, 6:95, 100, 102, 108, 111
- Journaux, 6:95, 110
- Journaux indépendants, 6:95, 97, 100
- Lobbying et représentation, 6:95-7, 100-5, 107-13
- Monopolisation des médias, 6:96-7, 105, 107, 112
- Structure des industries de médias, 6:97, 105, 108-10
- Technologie de l'information, 6:103-5
- Torstar Corporation, 6:107

Bélanger, Charles, président du conseil, Téléfilm Canada

- Aide financière, 12:60
- Choix de publics cibles, 12:57
- Interventions gouvernementales, 12:59-61
- Patrimoine canadien, 12:47, 57, 59-61
- Téléfilm Canada, 12:43, 47, 54, 57, 59-61

Bélanger, Fernand, journaliste à *La Voix de l'Est* et président du Syndicat national des employés de *La Voix de l'Est*, Regroupement des syndicats de Gesca

- Convergence du multimédia, 5:111, 118-19
- Journalistes, 5:111, 118
- Journaux, 5:111-12, 118-19
- Journaux indépendants, 5:112
- Monopolisation des médias, 5:111

Bélanger, Fernand, Journalist at *La Voix de l'Est*, and President of the Syndicat national des employés de *La Voix de l'Est*, Regroupement des syndicats de Gesca – *Cont'd*
Newspapers, 5:111–12, 118–19

Bélisle, Denis, Secretary General and General Manager of Legal Affairs, Télé-Québec
Advertising industry, 5:139
Audience targeting, 5:143
Broadcast media, 5:141
Cited laws, 5:136
Government intervention, 5:138
Information technology, 5:141
Intellectual property, 5:142
Media industry structure, 5:144
Télé-Québec, 5:136, 138–9, 141, 143–4

Bell, Charlotte, Vice-President, Regulatory Affairs, CanWest MediaWorks Television and Radio, CanWest Global Communications Corporation
Broadcast media, 13:48, 65
Broadcasting companies, 13:46, 65
Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 13:65
Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 13:47, 64–5
CanWest Global Communications Corporation, 13:47, 63–4

Bell, Patricia (Personal communication)
Advertising industry, 8:12
Audience targeting, 8:7, 13
Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 8:6, 10, 15, 18
Conferences cited, 8:12–13
CTV News, 8:8, 10
Federal government agencies, 8:18
Independent newspapers, 8:9, 12–14
Information technology, 8:7–8, 17
Journalism schools, 8:5–7, 9–11, 16, 18–19
Journalists, 8:5, 8–9, 11, 13–18
Media literacy, 8:14, 17
Media monopolies, 8:15
Multi-media convergence, 8:7, 12–13, 15–16
News coverage, features, 8:7–8, 17
News editor, 8:13
News services, 8:9
Newspapers, 8:10, 13, 15
Publishers and professionals, 8:17
Studies and reports, 8:17

Bernier, Jean-Pierre, Vice-President and General Counsel, Canadian Life and Health Insurance Association Inc. (CLHIA)
Act to amend the Telecommunications Act, 23:64–5
Audience targeting, 23:64
Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 23:64
House of Commons Standing Committees, 23:64
Lobbying and representation, 23:64–5

Bélanger, Fernand, journaliste à *La Voix de l'Est* et président du Syndicat national des employés de *La Voix de l'Est*, Regroupement des syndicats de Gesca – *Suite*
Structure des industries de médias, 5:111, 118–19

Bélisle, Denis, secrétaire général et directeur général des Affaires juridiques, Télé-Québec
Choix de publics cibles, 5:143
Industrie de la publicité, 5:139
Interventions gouvernementales, 5:138
Lois citées, 5:136
Propriété intellectuelle, 5:142
Radiodiffusion, 5:141
Structure des industries de médias, 5:144
Technologie de l'information, 5:141
Télé-Québec, 5:136, 138–9, 141, 143–4

Bell, Charlotte, vice-présidente, Affaires réglementaires, CanWest Media Works Television and Radio, CanWest Global Communications Corporation
CanWest Global Communications Corporation, 13:47, 63–4
Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 13:47, 64–5
Radiodiffusion, 13:48, 65
Société Radio-Canada (SRC), 13:65
Sociétés de radiodiffusion, 13:46, 65

Bell, Patricia (Présentation personnelle)
Agences de nouvelles, 8:9
Alphabétisation, apprentissage aux médias, 8:14, 17
Choix de publics cibles, 8:7, 13
Conférences citées, 8:12–13
Convergence du multimédia, 8:7, 12–13, 15–16
Couverture de l'actualité, reportages, 8:7–8, 17
CTV News, 8:8, 10
Écoles de journalisme, 8:5–7, 9–11, 16, 18–19
Éditeurs et professionnels, 8:17
Études et rapports, 8:17
Industrie de la publicité, 8:12
Journalistes, 8:5, 8–9, 11, 13–18
Journaux, 8:10, 13, 15
Journaux indépendants, 8:9, 12–14
Monopolisation des médias, 8:15
Organismes fédéraux, 8:18
Rédacteur en chef, 8:13
Société Radio-Canada (SRC), 8:6, 10, 15, 18
Technologie de l'information, 8:7–8, 17

Bernier, Jean-Pierre, vice-président et avocat général, Association canadienne des compagnies d'assurances de personnes inc. (ACCAP)
Chambre des communes, Comités permanents, 23:64
Choix de publics cibles, 23:64
Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 23:64
Lobbying et représentation, 23:64–5
Loi modifiant la Loi sur les télécommunications, 23:64–5

Binder, Michael, Assistant Deputy Minister, Spectrum, Information Technologies and Telecommunications, Industry Canada

- Act to amend the Telecommunications Act, **23:17-18, 21, 23-5**
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), **23:14, 17, 20-1, 23-4**
- Information technology, **23:14**
- Media literacy, **23:18**

Blais, Jean-Pierre, Assistant Deputy Minister, Cultural Affairs, Canadian Heritage

- Act to amend the Telefilm Canada Act and Another Act, **12:51-2, 64, 67-8**
- Bill C-18, An Act to amend the Telefilm Canada Act and Another Act, **12:64**
- Cited laws, **12:64, 67, 69**
- Federal government agencies, **12:52, 64**
- Government intervention, **12:51, 64**
- Information technology, **12:50**
- Telefilm Canada, **12:50-2, 67**

Blanchard, Mireille-France, Senior Legal Policy Analyst, Corporate and Insolvency Law Policy, Industry Canada

- Aviation industry, **10:41, 50**
- Cited laws, **10:41, 44-6**
- Industry Canada, **10:41, 44-5**
- International Interests in Mobile Equipment (aircraft equipment) Act, **10:41, 45-6**
- Studies and reports, **10:45**

Bonneville, Lionel, Director, French Television for the West, CBC/Radio-Canada

- Broadcast media, **9:16, 22, 24**
- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), **9:14-16, 19-27**
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), **9:27**
- Ethnic press and media, **9:22**
- Federal government agencies, **9:20**
- Government intervention, **9:25**
- Information technology, **9:19, 26**
- Journalists, **9:21-2**
- Local television stations, **9:16**
- Media industry structure, **9:22**
- Media literacy, **9:14**
- Multiculturalism, **9:14-15, 19-20, 23**

Boucher, Daniel, Chairman and Chief Executive Officer, La Société franco-manitobaine (SFM)

- Broadcast media, **9:28-31, 33**
- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), **9:28-30, 32-4**
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), **9:28-30**
- CTV News, **9:32**
- Ethnic press and media, **9:27-34**
- Government intervention, **9:31**
- Information technology, **9:29-30**
- Local television stations, **9:29**
- Multiculturalism, **9:31, 33**
- Shaw Communications Inc., **9:28**

Binder, Michael, sous-ministre adjoint, Spectre, technologie de l'information et télécommunications, Industrie Canada

- Alphabétisation, apprentissage aux médias, **23:18**
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), **23:14, 17, 20-1, 23-4**
- Loi modifiant la Loi sur les télécommunications, **23:17-21, 23-5**
- Technologie de l'information, **23:14**

Blais, Jean-Pierre, sous-ministre adjoint, Affaires culturelles, Patrimoine canadien

- Interventions gouvernementales, **12:51, 64**
- Loi modifiant la Loi sur Téléfilm Canada et une autre loi en conséquence, **12:51-2, 64, 67-8**
- Lois citées, **12:64, 67, 69**
- Organismes fédéraux, **12:52, 64**
- Projet de loi C-18, Loi modifiant la loi sur Téléfilm Canada et une autre loi en conséquence, **12:64**
- Technologie de l'information, **12:50**
- Téléfilm Canada, **12:50-2, 67**

Blanchard, Mireille-France, analyste principale de la politique juridique, Politique du droit corporatif et de l'insolvabilité, Industrie Canada

- Études et rapports, **10:45**
- Industrie Canada, **10:41, 44-5**
- Industrie de l'aéronautique, **10:41, 50**
- Loi sur les garanties internationales portant sur des matériels d'équipement mobiles (matériels d'équipement aéronautiques), **10:41, 45-6**
- Lois citées, **10:41, 44-6**

Bonneville, Lionel, directeur régional, télévision française de l'Ouest, CBC/Radio-Canada

- Alphabétisation, apprentissage aux médias, **9:14**
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), **9:27**
- Interventions gouvernementales, **9:25**
- Journalistes, **9:21-2**
- Multiculturalisme, **9:14-15, 19-20, 23**
- Organismes fédéraux, **9:20**
- Presse et médias ethniques, **9:22**
- Radiodiffusion, **9:16, 22, 24**
- Société Radio-Canada (SRC), **9:14-16, 19-27**
- Stations de télévision locales, **9:16**
- Structure des industries de médias, **9:22**
- Technologie de l'information, **9:19, 26**

Boucher, Daniel, président et directeur général, La Société franco-manitobaine (SFM)

- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), **9:28-30**
- CTV News, **9:32**
- Interventions gouvernementales, **9:31**
- Multiculturalisme, **9:31, 33**
- Presse et médias ethniques, **9:27-34**
- Radiodiffusion, **9:28-31, 33**
- Shaw Communications Inc., **9:28**
- Société Radio-Canada (SRC), **9:28-30, 32-4**
- Stations de télévision locales, **9:29**
- Technologie de l'information, **9:29-30**

Boucher, Daniel, Chairman and Chief Executive Officer, La Société franco-manitobaine (SFM) – Cont'd
TVOntario, 9:29–31

Bourque, Claude (Personal communication)

Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 17:137
Canadian Charter of Rights and Freedoms, 17:138
CanWest Global Communications Corporation, 17:137
Ethnic press and media, 17:137–8
Government intervention, 17:137
Journalism schools, 17:137
Journalists, 17:136
Lobbying and representation, 17:137
Media literacy, 17:136
Media monopolies, 17:137–9
Multiculturalism, 17:136–7
Publishers and professionals, 17:136–8
Studies and reports, 17:136

Brewster, Murray, Nova Scotia Chapter Representative, National Board of Directors, Canadian Association of Journalists (CAJ)

Audience targeting, 15:22–3
Broadcast media, 15:10–12, 19–24
Broadcasting companies, 15:9, 14, 17
Canadian Association of Broadcasters (CAB), 15:11
Canadian Association of Journalists (CAJ), 15:8–12, 14–16, 19–24, 31
Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 15:9–11, 25
Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 15:9, 12, 14, 19, 24–5, 29–30
Chronicle-Herald, The, 15:9
Government intervention, 15:29
Independent newspapers, 15:10, 15
Information technology, 15:15
Journalism schools, 15:31
Journalists, 15:8–11, 20–2, 27
Media industry structure, 15:14–17, 20–1
Media literacy, 15:11
Multi-media convergence, 15:9–12, 14, 16, 25–6
News coverage, features, 15:9–10, 15–16, 21, 27
News services, 15:10, 15, 21, 25
Publishers and professionals, 15:9, 14, 19–20, 27

Broughten, Kesten (Personal communication)

Audience targeting, 6:215
Broadcast media, 6:215
Multi-media convergence, 6:215

Bruun, Anders, Co-owner, Corporate Secretary and Legal Counsel, Farmers' Independent Weekly

Advertising industry, 9:8, 11–12
Audience targeting, 9:6–8, 13
Canadian Heritage, 9:6
Cited laws, 9:6, 10–12
Federal government agencies, 9:10
Government intervention, 9:6
Independent newspapers, 9:5–8, 10–13
Information technology, 9:5
Journalists, 9:5
Lobbying and representation, 9:5–8, 10–13
Media monopolies, 9:11

Boucher, Daniel, président et directeur général, La Société franco-manitobaine (SFM) – Suite
TVOntario, 9:29–31

Bourque, Claude (Présentation personnelle)

Alphabétisation, apprentissage aux médias, 17:136
CanWest Global Communications Corporation, 17:137
Charte canadienne des droits et libertés, 17:138
Écoles de journalisme, 17:137
Éditeurs et professionnels, 17:136–8
Études et rapports, 17:136
Interventions gouvernementales, 17:137
Journalistes, 17:136
Lobbying et représentation, 17:137
Monopolisation des médias, 17:137–9
Multiculturalisme, 17:136–7
Presse et médias ethniques, 17:137–8
Société Radio-Canada (SRC), 17:137

Brewster, Murray, représentant du chapitre de la Nouvelle-Écosse au Bureau national de direction, Association canadienne des journalistes

Agences de nouvelles, 15:10, 15, 21, 25
Alphabétisation, apprentissage aux médias, 15:11
Association canadienne des journalistes, 15:8–12, 14–16, 19–24, 31
Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR), 15:11
Choix de publics cibles, 15:22–3
Chronicle-Herald, The, 15:9
Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 15:9, 12, 14, 19, 24–5, 29–30
Convergence du multimédia, 15:9–12, 14, 16, 25–6
Couverture de l'actualité, reportages, 15:9–10, 15–16, 21, 27
Écoles de journalisme, 15:31
Éditeurs et professionnels, 15:9, 14, 19–20, 27
Interventions gouvernementales, 15:29
Journalistes, 15:8–11, 20–1, 27
Journaux indépendants, 15:10, 15
Radiodiffusion, 15:10–12, 19–24
Société Radio-Canada (SRC), 15:9–11, 25
Sociétés de radiodiffusion, 15:9, 14, 17
Structure des industries de médias, 15:14–17, 20–1
Technologie de l'information, 15:15

Broughten, Kesten (Présentation personnelle)

Choix de publics cibles, 6:215
Convergence du multimédia, 6:215
Radiodiffusion, 6:215

Bruun, Anders, copropriétaire et conseiller juridique, Farmers' Independent Weekly

Choix de publics cibles, 9:6–8, 13
Convergence du multimédia, 9:6, 10
Couverture de l'actualité, reportages, 9:5, 7
Frais d'impression et distribution, 9:13
Industrie de la publicité, 9:8, 11–12
Interventions gouvernementales, 9:6
Journalistes, 9:5
Journaux, 9:7
Journaux indépendants, 9:5–8, 10–13
Lobbying et représentation, 9:5–8, 10–13
Lois citées, 9:6, 10–12

Bruun, Anders, Co-owner, Corporate Secretary and Legal Counsel, *Farmers' Independent Weekly* – Cont'd

Multi-media convergence, 9:6, 10
 News coverage, features, 9:5, 7
 Newspapers, 9:7
 Printing and distribution cost, 9:13

Budgell, Chris (Personal communication)

Broadcast media, 6:154
 Information technology, 6:154–5

Butala, Sharon (Personal communication)

Audience targeting, 8:37, 41, 43
 Broadcast media, 8:40, 43–4
 Broadcasting companies, 8:39
 Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 8:39–40, 42, 47
 CanWest Global Communications Corporation, 8:39
 CTV News, 8:42
Globe and Mail, The, 8:38–9, 43, 47
 Independent newspapers, 8:38–9
 Information technology, 8:40, 45, 49
 Media industry structure, 8:40
 Media literacy, 8:49
 Media monopolies, 8:46
 Multi-media convergence, 8:38, 40
 News coverage, features, 8:38
 Newspapers, 8:38–9, 42, 47
 Periodicals cited, 8:39
 Printing and distribution cost, 8:39, 43, 47
 Publishers and professionals, 8:37–8

Cabado, Fabienne, independent journalist and Secretary of the AJIQ, Association des journalistes indépendants du Québec (AJIQ)

Cited laws, 5:169
 Government intervention, 5:169
 Intellectual property, 5:168, 170–1, 174, 176
 Journalists, 5:168–72, 175–6
 Labour unions, 5:171
 Lobbying and representation, 5:171, 173, 175–7

Cadogan, David (Personal communication)

Advertising industry, 17:111–12
 Audience targeting, 17:111, 115
 Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 17:116, 119
 CanWest Global Communications Corporation, 17:119
 Federal government agencies, 17:113
 Gesca Ltée., 17:119
 Government intervention, 17:115
 Independent newspapers, 17:110–12, 115, 119
 Information technology, 17:110, 113, 115–16
 Journalism schools, 17:110
 Journalists, 17:119
 Media industry structure, 17:110, 116–17, 119–20
 Media literacy, 17:111, 114, 119
 Media monopolies, 17:111–16
 Multi-media convergence, 17:112–14, 116–18
 News coverage, features, 17:118–19
 News editor, 17:115, 118
 News services, 17:110, 117
 Newspapers, 17:110–11, 115
 Printing and distribution cost, 17:112–13, 116

Bruun, Anders, copropriétaire et conseiller juridique, *Farmers' Independent Weekly* – Suite

Monopolisation des médias, 9:11
 Organismes fédéraux, 9:10
 Patrimoine canadien, 9:6
 Technologie de l'information, 9:5

Budgell, Chris (Présentation personnelle)

Radiodiffusion, 6:154
 Technologie de l'information, 6:154–5

Butala, Sharon (Présentation personnelle)

Alphabétisation, apprentissage aux médias, 8:49
 CanWest Global Communications Corporation, 8:39
 Choix de publics cibles, 8:37, 41, 43
 Convergence du multimédia, 8:38, 40
 Couverture de l'actualité, reportages, 8:38
 CTV News, 8:42
 Éditeurs et professionnels, 8:37–8
 Frais d'impression et distribution, 8:39, 43, 47
Globe and Mail, The, 8:38–9, 43, 47
 Journaux, 8:38–9, 42, 47
 Journaux indépendants, 8:38–9
 Monopolisation des médias, 8:46
 Périodiques cités, 8:39
 Radiodiffusion, 8:40, 43–4
 Société Radio-Canada (SRC), 8:39–40, 42, 47
 Sociétés de radiodiffusion, 8:39
 Structure des industries de médias, 8:40
 Technologie de l'information, 8:40, 45, 49

Cabado, Fabienne, journaliste indépendante et secrétaire de l'AJIQ, Association des journalistes indépendants du Québec (AJIQ)

Interventions gouvernementales, 5:169
 Journalistes, 5:168–72, 175–6
 Lobbying et représentation, 5:171, 173, 175–7
 Lois citées, 5:169
 Propriété intellectuelle, 5:168, 170–1, 174, 176
 Syndicats, 5:171

Cadogan, David (Présentation personnelle)

Agences de nouvelles, 17:110, 117
 Alphabétisation, apprentissage aux médias, 17:111, 115
 CanWest Global Communications Corporation, 17:119
 Choix de publics cibles, 17:111, 115
 Convergence du multimédia, 17:112–14, 116–18
 Couverture de l'actualité, reportages, 17:118–19
 Écoles de journalisme, 17:110
 Éditeurs et professionnels, 17:112–14, 119
 Frais d'impression et distribution, 17:112–13, 116
 Gesca Ltée., 17:119
 Industrie de la publicité, 17:111–12
 Interventions gouvernementales, 17:115
 Journalistes, 17:119
 Journaux, 17:110–11, 115
 Journaux indépendants, 17:110–12, 115, 119
 Monopolisation des médias, 17:111–16
 Organismes fédéraux, 17:113
 Rédacteur en chef, 17:115, 118
 Société Radio-Canada (SRC), 17:116, 119
 Structure des industries de médias, 17:110, 116–17, 119

adogan, David (Personal communication) – Cont'd

Publishers and professionals, 17:112–14, 119

Callwood, June (Personal communication)

Audience targeting, 4:148, 156
 Broadcast media, 4:154
 Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 4:153–5
 Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 4:152
 Cited court decisions, 4:155
 Cited laws, 4:145
Globe and Mail, The, 4:150–1, 155
 Government intervention, 4:149
 Intellectual property, 4:155
 Journalism schools, 4:150–1
 Journalists, 4:144–51, 153–5
 Media industry structure, 4:146
 Media literacy, 4:150, 152–4
 Media monopolies, 4:149, 153
 Multiculturalism, 4:154
 Multi-media convergence, 4:145–6, 149, 151–2, 154
 News coverage, features, 4:145–8, 150
 News editor, 4:149, 153
 Newspapers, 4:145, 147, 152, 154
 Periodicals cited, 4:155
 Publishers and professionals, 4:146
 Studies and reports, 4:144
 Torstar Corporation, 4:145–6

Camilleri, Richard C., President, CanWest MediaWorks, CanWest Global Communications Corporation

Advertising industry, 13:34
 Audience targeting, 13:34, 36–8, 45, 54, 56–7, 61, 64–7
 Broadcast media, 13:35, 62–3, 66
 Broadcasting companies, 13:36, 46, 64–5
 Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 13:33, 35, 65
 Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 13:35, 47, 66
 CanWest Global Communications Corporation, 13:31–8, 45–9, 55–6, 59, 61–2, 65–8, 70–1, 76–80
 Cited laws, 13:35
 CTV News, 13:46, 77
 Federal government agencies, 13:33, 47
Globe and Mail, The, 13:37
 Government intervention, 13:33, 78
 Information technology, 13:45–6, 54, 58, 63, 79
 Intellectual property, 13:68, 70
 Journalists, 13:67, 71
 Local television stations, 13:63
 Media industry structure, 13:33, 37–8, 68
 Media literacy, 13:56
 Media monopolies, 13:34–5, 38
 Multi-media convergence, 13:32, 34, 38, 48–9, 67, 76, 78–9
 News coverage, features, 13:57–8
 News services, 13:36, 59, 61
 Newspapers, 13:32, 36–7, 46–7, 59, 63, 71, 80
 Publishers and professionals, 13:36
 Studies and reports, 13:33

Cadogan, David (Présentation personnelle) -- Suite

Technologie de l'information, 17:110, 113, 115–16

Callwood, June (Présentation personnelle)

Alphabétisation, apprentissage aux médias, 4:150, 152–4
 Choix de publics cibles, 4:148, 156
 Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 4:152
 Convergence du multimédia, 4:145–6, 149, 151–2, 154
 Couverture de l'actualité, reportages, 4:145–8, 150
 Décisions des tribunaux, 4:155
 Écoles de journalisme, 4:150–1
 Éditeurs et professionnels, 4:146
 Études et rapports, 4:144
Globe and Mail, The, 4:150–1, 155
 Interventions gouvernementales, 4:149
 Journalistes, 4:144–51, 153–5
 Journaux, 4:145, 147, 152, 154
 Lois citées, 4:145
 Monopolisation des médias, 4:149, 153
 Multiculturalisme, 4:154
 Périodiques cités, 4:155
 Propriété intellectuelle, 4:155
 Radiodiffusion, 4:154
 Rédacteur en chef, 4:149, 153
 Société Radio-Canada (SRC), 4:153–5
 Structure des industries de médias, 4:146
 Torstar Corporation, 4:145–6

Camilleri, Richard C., président, CanWest MediaWorks, CanWest Global Communications Corporation

Agences de nouvelles, 13:36, 59, 61
 Alphabétisation, apprentissage aux médias, 13:56
 CanWest Global Communications Corporation, 13:31–8, 45–9, 55–6, 59, 61–2, 65–8, 70–1, 76–80
 Choix de publics cibles, 13:34, 36–8, 45, 54, 56–7, 61, 64–7
 Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 13:35, 47, 66
 Convergence du multimédia, 13:32, 34, 38, 48–9, 67, 76, 78–9
 Couverture de l'actualité, reportages, 13:57–8
 CTV News, 13:46, 77
 Éditeurs et professionnels, 13:36
 Études et rapports, 13:33
Globe and Mail, The, 13:37
 Industrie de la publicité, 13:34
 Interventions gouvernementales, 13:33, 78
 Journalistes, 13:67, 71
 Journaux, 13:32, 36–7, 46–7, 59, 63, 71, 80
 Lois citées, 13:35
 Monopolisation des médias, 13:34–5, 38
 Organismes fédéraux, 13:33, 47
 Propriété intellectuelle, 13:68, 70
 Radiodiffusion, 13:35, 62–3, 66
 Société Radio-Canada (SRC), 13:33, 35, 65
 Sociétés de radiodiffusion, 13:36, 46, 64–5
 Stations de télévision locales, 13:63
 Structure des industries de médias, 13:33, 37–8, 68
 Technologie de l'information, 13:45–6, 54, 58, 63, 79

Campbell, Brian (Personal communication)

- Cited laws, 6:147
- Government intervention, 6:147
- Intellectual property, 6:147

Campbell, Charles, Contributing Editor, *The Tyee*

- Advertising industry, 6:98
- Audience targeting, 6:101, 105
- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 6:99, 105
- CanWest Global Communications Corporation, 6:98-9
- Cited laws, 6:97
- Federal government agencies, 6:99
- Government intervention, 6:99, 101-2, 105-6
- Independent newspapers, 6:102
- Information technology, 6:98-9, 101, 106-7, 112
- Journalists, 6:110-11
- Lobbying and representation, 6:97-102, 105-6, 108, 110-13
- Media industry structure, 6:100, 102
- Media monopolies, 6:98, 105
- Multi-media convergence, 6:97, 99-100, 112
- News coverage, features, 6:112
- Newspapers, 6:98, 109-13
- Printing and distribution cost, 6:106-7
- Publishers and professionals, 6:98
- Torstar Corporation, 6:98

Campbell, Deborah, President, Vancouver Chapter, Canadian Association of Journalists (CAJ)

- Advertising industry, 6:28
- Audience targeting, 6:27-8, 36, 44
- Broadcasting companies, 6:38
- Canadian Association of Journalists (CAJ), 6:26-9, 34
- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 6:36-7, 39
- Canadian Charter of Rights and Freedoms, 6:29
- CanWest Global Communications Corporation, 6:27, 29, 34
- Cited laws, 6:43
- Financial assistance, 6:38
- Globe and Mail, The*, 6:44
- Government intervention, 6:30
- Guardian, The*, 6:46
- Information technology, 6:43, 46-7
- Intellectual property, 6:43
- Journalists, 6:26-9, 34, 38-9, 43, 47
- Media industry structure, 6:29, 37
- Media literacy, 6:46
- Media monopolies, 6:27, 29-30, 38-9, 46
- Multi-media convergence, 6:29, 37
- News coverage, features, 6:28
- News editor, 6:29
- Newspapers, 6:34
- Publishers and professionals, 6:28

Carter, Michel J., President and Chief Executive Officer, TQS and Cogeco Diffusion, Cogeco Inc.

- Advertising industry, 13:28
- Audience targeting, 13:7, 21
- Broadcast media, 13:7, 10-12, 17, 27
- Broadcasting companies, 13:26
- Canadian Association of Broadcasters (CAB), 13:28
- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 13:10-11, 19-20, 22

Campbell, Brian (Présentation personnelle)

- Interventions gouvernementales, 6:147
- Lois citées, 6:147
- Propriété intellectuelle, 6:147

Campbell, Charles, collaborateur à la rédaction, *The Tyee*

- CanWest Global Communications Corporation, 6:98-9
- Choix de publics cibles, 6:101, 105
- Convergence du multimédia, 6:97, 99-100, 112
- Couverture de l'actualité, reportages, 6:112
- Éditeurs et professionnels, 6:98
- Frais d'impression et distribution, 6:106-7
- Industrie de la publicité, 6:98
- Interventions gouvernementales, 6:99, 101-2, 105-6
- Journalistes, 6:110-11
- Journaux, 6:98, 109-13
- Journaux indépendants, 6:102
- Lobbying et représentation, 6:97-102, 105-6, 108, 110-13
- Lois citées, 6:97
- Monopolisation des médias, 6:98, 105
- Organismes fédéraux, 6:99
- Société Radio-Canada (SRC), 6:99, 105
- Structure des industries de médias, 6:100, 102
- Technologie de l'information, 6:98-9, 101, 106-7, 112
- Torstar Corporation, 6:98

Campbell, Deborah, présidente, Chapitre de Vancouver Association canadienne des journalistes

- Aide financière, 6:38
- Alphabétisation, apprentissage aux médias, 6:46
- Association canadienne des journalistes, 6:26-9, 34
- CanWest Global Communications Corporation, 6:27, 29
- Charte canadienne des droits et libertés, 6:29
- Choix de publics cibles, 6:27-8, 36, 44
- Convergence du multimédia, 6:29, 37
- Couverture de l'actualité, reportages, 6:28
- Éditeurs et professionnels, 6:28
- Globe and Mail, The*, 6:44
- Guardian, The*, 6:46
- Industrie de la publicité, 6:28
- Interventions gouvernementales, 6:30
- Journalistes, 6:26-9, 34, 38-9, 43, 47
- Journaux, 6:34
- Lois citées, 6:43
- Monopolisation des médias, 6:27, 29-30, 38-9, 46
- Propriété intellectuelle, 6:43
- Rédacteur en chef, 6:29
- Société Radio-Canada (SRC), 6:36-7, 39
- Sociétés de radiodiffusion, 6:38
- Structure des industries de médias, 6:29, 37
- Technologie de l'information, 6:43, 46-7

Carter, Michel J., président et chef de la direction, TQS et Cogeco Diffusion, Cogeco Inc.

- Agences de nouvelles, 13:25
- Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR), 13:28
- Choix de publics cibles, 13:7, 21
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 13:12, 28
- Convergence du multimédia, 13:10, 17
- Industrie de la publicité, 13:28
- Interventions gouvernementales, 13:6

Carter, Michel J., President and Chief Executive Officer, TQS and Cogeco Diffusion, Cogeco Inc. – *Cont'd*

- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 13:12, 28
- Federal government agencies, 13:10
- Government intervention, 13:6
- Information technology, 13:6–7, 26–7
- Labour unions, 13:20
- Lobbying and representation, 13:6–7, 10–12, 17, 19–22, 25–8
- Local television stations, 13:11, 19, 22
- Media industry structure, 13:7, 11, 22
- Media monopolies, 13:17
- Multi-media convergence, 13:10, 17
- News services, 13:25

Chin, Ben (Personal communication)

- Audience targeting, 2:7–9, 14, 19
- Broadcast media, 2:6, 15, 17, 20–1
- Broadcasting companies, 2:7, 11, 16, 18
- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 2:6–12, 19
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 2:10, 17
- CTV News, 2:6–7, 13–14
- Ethnic press and media, 2:7
- Globe and Mail, The*, 2:13–14
- Government intervention, 2:13
- Information technology, 2:7
- Journalists, 2:7–8, 11, 14, 18
- Local television stations, 2:5–6, 8–9, 12
- Media industry structure, 2:9
- Media literacy, 2:12, 15–16, 20–1
- Media monopolies, 2:6, 16, 18
- Multi-media convergence, 2:8, 12–13, 17, 19–21
- News editor, 2:8, 14, 17
- Newspapers, 2:8–9, 13–14, 17
- Publishers and professionals, 2:12, 15, 20
- Studies and reports, 2:5
- Torstar Corporation, 2:14

Clarke, Sheila, Director of Legislation, Canadian Federation of University Women (CFUW)

- Advertising industry, 1:56
- Audience targeting, 1:56
- Broadcast media, 1:41, 45–6
- Broadcasting companies, 1:51, 54–6
- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 1:41, 46
- Canadian Charter of Rights and Freedoms, 1:43, 50
- Canadian Heritage, 1:42
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 1:45
- CanWest Global Communications Corporation, 1:45, 51
- Cited court decisions, 1:45, 50
- Cited laws, 1:42–5, 48, 50, 52
- Federal government agencies, 1:50
- Government intervention, 1:41, 43, 45–9, 53, 57
- House of Commons, Standing Committees, 1:44
- Industry Canada, 1:42
- Information technology, 1:49, 52, 54
- Intellectual property, 1:44–5, 50, 57
- Lobbying and representation, 1:41, 44–7, 53

Carter, Michel J., président et chef de la direction, TQS et Cogeco Diffusion, Cogeco Inc. – *Suite*

- Lobbying et représentation, 13:6–7, 10–12, 17, 19–22, 25–8
- Monopolisation des médias, 13:17
- Organismes fédéraux, 13:10
- Radiodiffusion, 13:7, 10–12, 17, 27
- Société Radio-Canada (SRC), 13:10–11, 19–20, 22
- Sociétés de radiodiffusion, 13:26
- Stations de télévision locales, 13:11, 20, 22
- Structure des industries de médias, 13:7, 11, 22
- Syndicats, 13:20
- Technologie de l'information, 13:6–7, 26–7

Chin, Ben (Présentation personnelle)

- Alphabétisation, apprentissage aux médias, 2:12, 15–16, 20–1
- Choix de publics cibles, 2:7–9, 14, 19
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 2:10, 17
- Convergence du multimédia, 2:8, 12–13, 17, 19–21
- CTV News, 2:6–7, 13–14
- Éditeurs et professionnels, 2:12, 15, 20
- Études et rapports, 2:5
- Globe and Mail, The*, 2:13–14
- Interventions gouvernementales, 2:13
- Journalistes, 2:7–8, 11, 14, 18
- Journaux, 2:8–9, 13–14, 17
- Monopolisation des médias, 2:6, 16, 18
- Presse et médias ethniques, 2:7
- Radiodiffusion, 2:6, 15, 17, 20–1
- Rédacteur en chef, 2:8, 14, 17
- Société Radio-Canada (SRC), 2:6–12, 19
- Sociétés de radiodiffusion, 2:7, 11, 16, 18
- Stations de télévision locales, 2:5–6, 8–9, 12
- Structure des industries de médias, 2:9
- Technologie de l'information, 2:7
- Torstar Corporation, 2:14

Clarke, Sheila, directrice, Législation, Fédération canadienne des femmes diplômées des universités (FCFDU)

- Alphabétisation, apprentissage aux médias, 1:47, 49–50, 52, 56–7
- CanWest Global Communications Corporation, 1:45, 51
- Chambre des communes, Comités permanents, 1:44
- Charte canadienne des droits et libertés, 1:43, 50
- Choix de publics cibles, 1:56
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 1:45
- Convergence du multimédia, 1:41–3, 46, 49–52
- Décisions des tribunaux, 1:45, 50
- Éditeurs et professionnels, 1:41, 45
- Études et rapports, 1:42–3, 45–6, 52
- Industrie Canada, 1:42
- Industrie de la publicité, 1:56
- Interventions gouvernementales, 1:41, 43, 45–9, 53, 57
- Journaux, 1:45
- Lobbying et représentation, 1:41, 44–7, 53
- Lois citées, 1:42–5, 48, 50, 52
- Monopolisation des médias, 1:53–5, 57

Clarke, Sheila, Director of Legislation, Canadian Federation of University Women (CFUW) – *Cont'd*

- Media literacy, 1:47, 49–50, 52, 56–7
- Media monopolies, 1:53–5, 57
- Multi-media convergence, 1:41–3, 46, 49–52
- News editor, 1:46, 55
- Newspapers, 1:45
- Publishers and professionals, 1:41, 45
- Studies and reports, 1:42–3, 45–6, 52

Cobden, Michael (Personal communication)

- Audience targeting, 16:8, 10, 14, 17, 23–5, 28
- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 16:16
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 16:12
- CanWest Global Communications Corporation, 16:13–14
- Ethnic press and media, 16:7, 9–10
- Government intervention, 16:11–12
- Independent newspapers, 16:13, 18, 25
- Information technology, 16:8
- Journalism schools, 16:5–8, 11, 16–23, 26–8
- Journalists, 16:6–7, 15, 19, 27
- Media industry structure, 16:5–7, 12–13, 15–16, 25, 29
- Media literacy, 16:8–9, 14, 21–6
- Media monopolies, 16:11
- Multiculturalism, 16:9–10, 16–17, 28
- Multi-media convergence, 16:13, 15
- News coverage, features, 16:6–7, 18
- News editor, 16:14–15, 23
- Newspapers, 16:8, 10, 13–14
- Periodicals cited, 16:25
- Publishers and professionals, 16:11, 26–8
- Studies and reports, 16:5–6, 12, 23
- Torstar Corporation, 16:15

Cohen, Ronald I., National Chair, Canadian Broadcast Standards Council (CBSC)

- Advertising industry, 22:37
- Audience targeting, 22:31, 41–2, 44
- Broadcast media, 22:31, 35–6, 38–9, 41, 44–5
- Canadian Association of Broadcasters (CAB), 22:29, 35, 43
- Canadian Broadcast Standards Council (CBSC), 22:28–46
- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 22:36
- Canadian Charter of Rights and Freedoms, 22:31
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 22:29–30, 33–8, 40–3
- CanWest Global Communications Corporation, 22:32, 40, 43
- Cited laws, 22:33
- CTV News, 22:32, 40, 43
- Journalists, 22:44
- Local television stations, 22:41
- Media industry structure, 22:34, 39
- Media literacy, 22:31, 38, 42
- Multiculturalism, 22:29
- Multi-media convergence, 22:32, 43, 45
- News editor, 22:40, 45
- News services, 22:35
- Newspapers, 22:39
- Press councils, 22:39

Clarke, Sheila, directrice, Législation, Fédération canadienne des femmes diplômées des universités (FCFUDU) – *Suite*

- Organismes fédéraux, 1:50
- Patrimoine canadien, 1:42
- Propriété intellectuelle, 1:44–5, 50, 57
- Radiodiffusion, 1:41, 45–6
- Rédacteur en chef, 1:46, 55
- Société Radio-Canada (SRC), 1:41, 46
- Sociétés de radiodiffusion, 1:51, 54–6
- Technologie de l'information, 1:49, 52, 54

Cobden, Michael (Présentation personnelle)

- Alphabétisation, apprentissage aux médias, 16:8–9, 14
- CanWest Global Communications Corporation, 16:13
- Choix de publics cibles, 16:8, 10, 14, 17, 23–5, 28
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 16:12
- Convergence du multimédia, 16:13, 15
- Couverture de l'actualité, reportages, 16:6–7, 18
- Écoles de journalisme, 16:5–8, 11, 16–23, 26–8
- Éditeurs et professionnels, 16:11, 26–8
- Études et rapports, 16:5–6, 12, 23
- Interventions gouvernementales, 16:11–12
- Journalistes, 16:6–7, 15, 19, 27
- Journaux, 16:8, 10, 13–14
- Journaux indépendants, 16:13, 18, 25
- Monopolisation des médias, 16:11
- Multiculturalisme, 16:9–10, 16–17, 28
- Périodiques cités, 16:25
- Presse et médias ethniques, 16:7, 9–10
- Rédacteur en chef, 16:14–15, 23
- Société Radio-Canada (SRC), 16:16
- Structure des industries de médias, 16:5–7, 12–13, 15–29
- Technologie de l'information, 16:8
- Torstar Corporation, 16:15

Cohen, Ronald I., président national, Conseil canadien des normes de la radiotélévision (CCNR)

- Agences de nouvelles, 22:35
- Alphabétisation, apprentissage aux médias, 22:31, 38
- Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR), 22:35, 43
- CanWest Global Communications Corporation, 22:32
- Charte canadienne des droits et libertés, 22:31
- Choix de publics cibles, 22:31, 41–2, 44
- Conseil canadien des normes de la radiotélévision (CCNR), 22:28–46
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 22:29–30, 33–8, 40–3
- Conseils de presse, 22:39
- Convergence du multimédia, 22:32, 43, 45
- CTV News, 22:32, 40, 43
- Industrie de la publicité, 22:37
- Journalistes, 22:44
- Journaux, 22:39
- Lois citées, 22:33
- Multiculturalisme, 22:29
- Radiodiffusion, 22:31, 35–6, 38–9, 41, 44–5
- Rédacteur en chef, 22:40, 45
- Société Radio-Canada (SRC), 22:36
- Stations de télévision locales, 22:41

Collins, Pat, Executive Vice-President, Newspapers, Torstar Corporation

Publishers and professionals, 11:42
Torstar Corporation, 11:39, 42

Comeau-Desautels, Denise, Director General, Le Courrier de Nouvelle-Écosse

Advertising industry, 16:46, 48-9
Audience targeting, 16:48, 51-4, 56-8, 60
Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 16:47
Canadian Heritage, 16:47, 57-8
Ethnic press and media, 16:45-51, 53-5, 57-9
Federal government agencies, 16:46-9, 52-5, 58-60
Financial aid, 16:46
Government intervention, 16:50-1, 53
Independent newspapers, 16:45, 47, 50-2
Information technology, 16:55
Lobbying and representation, 16:45-60
Media literacy, 16:51
Multiculturalism, 16:45-6, 50-1, 56-7
News services, 16:46, 48, 51, 54-5
Newspapers, 16:55
Printing and distribution cost, 16:47, 52, 58-9
Publishers and professionals, 16:60

Corcoran, Terence (Personal communication)

Audience targeting, 4:169, 171, 174
Broadcast media, 4:163, 173
Broadcasting companies, 4:160, 162, 167-8, 171, 174
Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 4:167-8, 172-4
Canadian Charter of Rights and Freedoms, 4:157-61, 164, 169-70
Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 4:158, 160, 163, 166, 168-70
CanWest Global Communications Corporation, 4:156
Conferences cited, 4:164
CTV News, 4:167
Federal government agencies, 4:160, 162
Government intervention, 4:157-62, 164-5, 167-8, 170-3
Information technology, 4:157, 162-3, 166, 171
Intellectual property, 4:161, 170
Local television stations, 4:168
Media industry structure, 4:158, 172
Media monopolies, 4:159, 163, 165-9
Multi-media convergence, 4:157, 161-6, 168-9, 171, 173
News coverage, features, 4:157, 163-4
News editor, 4:157-9
News services, 4:156, 160
Newspapers, 4:156
Publishers and professionals, 4:165-7
Studies and reports, 4:157-61, 166, 170
Torstar Corporation, 4:156

Corriveau, Raymond, President, Quebec Press Council

Audience targeting, 5:188
Broadcast media, 5:178, 185
Broadcasting companies, 5:186

Cohen, Ronald I., président national, Conseil canadien des normes de la radiotélévision (CCNR) -- Suite
Structure des industries de médias, 22:34, 39

Collins, Pat, vice-président exécutif, Journaux, Torstar Corporation

Éditeurs et professionnels, 11:42
Torstar Corporation, 11:39, 42

Comeau-Desautels, Denise, directrice générale, Le Courrier de la Nouvelle-Écosse

Agences de nouvelles, 16:46, 48, 51, 54-5
Aide financière, 16:46
Alphabétisation, apprentissage aux médias, 16:51
Choix de publics cibles, 16:48, 51-4, 56-8, 60
Éditeurs et professionnels, 16:60
Frais d'impression et distribution, 16:47, 52, 58-9
Industrie de la publicité, 16:46, 48-9
Interventions gouvernementales, 16:50-1, 53
Journaux, 16:55
Journaux indépendants, 16:45, 47, 50-2
Lobbying et représentation, 16:45-60
Multiculturalisme, 16:45-6, 50-1, 56-7
Organismes fédéraux, 16:46-9, 52-5, 58-60
Patrimoine canadien, 16:47, 57-8
Presse et médias ethniques, 16:45-51, 53-5, 57-9
Société Radio-Canada (SRC), 16:47
Technologie de l'information, 16:55

Corcoran, Terence (Présentation personnelle)

Agences de nouvelles, 4:156, 160
CanWest Global Communications Corporation, 4:156
Charte canadienne des droits et libertés, 4:157-61, 164, 169-70
Choix de publics cibles, 4:169, 171, 174
Conférences citées, 4:164
Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 4:158, 160, 163, 166, 168-70
Convergence du multimédia, 4:157, 161-6, 168-9, 171, 173
Couverture de l'actualité, reportages, 4:157, 163-4
CTV News, 4:167
Éditeurs et professionnels, 4:165-7
Études et rapports, 4:157-61, 166, 170
Interventions gouvernementales, 4:157-62, 164-5, 167-8, 170-3
Journaux, 4:156
Monopolisation des médias, 4:159, 163, 165-9
Organismes fédéraux, 4:160, 162
Propriété intellectuelle, 4:161, 170
Radiodiffusion, 4:163, 173
Rédacteur en chef, 4:157-9
Société Radio-Canada (SRC), 4:167-8, 172-4
Sociétés de radiodiffusion, 4:160, 162, 167-8, 171, 174
Stations de télévision locales, 4:168
Structure des industries de médias, 4:158, 172
Technologie de l'information, 4:157, 162-3, 166, 171
Torstar Corporation, 4:156

Corriveau, Raymond, président, Conseil de presse du Québec

Aide financière, 5:180
Choix de publics cibles, 5:188
Conférences citées, 5:178, 188

**Corriveau, Raymond, President, Quebec Press Council –
Cont'd**

Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 5:184–5
Cited court decisions, 5:190
Conferences cited, 5:178, 188
Financial assistance, 5:180
Government intervention, 5:191
Intellectual property, 5:184
Journalists, 5:190
Lobbying and representation, 5:190
Media industry structure, 5:178–80, 190
Media monopolies, 5:178
Multi-media convergence, 5:187
News coverage, features, 5:181, 190
Newspapers, 5:185
Press councils, 5:177–89, 191–3

**Côté, Charles, Journalist at La Presse, and First
Vice-President of the Syndicat des travailleurs de
l'information de La Presse, Regroupement des syndicats de
Gesca**

Broadcasting companies, 5:120
Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 5:120–1
Gesca Ltée, 5:114–16
Journalism schools, 5:117
Journalists, 5:114
Media monopolies, 5:115
Multi-media convergence, 5:114–15, 121
News coverage, features, 5:115
News editor, 5:118
Newspapers, 5:114–15, 117, 120
Publishers and professionals, 5:114–15

Cox, Kevin (Personal communication)

Audience targeting, 15:92, 94
Chronicle-Herald, The, 15:92
Globe and Mail, The, 15:92
Independent newspapers, 15:92–3, 95–6
Information technology, 15:92, 94–7
Journalism schools, 15:94, 96
Journalists, 15:92–3, 95
News coverage, features, 15:92
News editor, 15:94
Newspapers, 15:95
Publishers and professionals, 15:97
Studies and reports, 15:91

Crevier, Guy, President, Gesca Ltée

Advertising industry, 12:21
Audience targeting, 12:18, 22, 25, 32, 42
Broadcasting companies, 12:35
Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 12:27, 34–7
Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 12:39
Federal government agencies, 12:39
Financial assistance, 12:27
Gesca Ltée, 12:17–30, 32–8, 40–2
Government intervention, 12:28–9, 31
Information technology, 12:21–2, 27, 31, 33
Journalists, 12:18, 23, 38, 40–1
Local television stations, 12:34–5, 39

**Corriveau, Raymond, président, Conseil de presse du Q
– Suite**

Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 5:184–5
Conseils de presse, 5:177–89, 191–3
Convergence du multimédia, 5:187
Couverture de l'actualité, reportages, 5:181, 190
Décisions des tribunaux, 5:190
Interventions gouvernementales, 5:191
Journalistes, 5:190
Journaux, 5:185
Lobbying et représentation, 5:190
Monopolisation des médias, 5:178
Propriété intellectuelle, 5:184
Radiodiffusion, 5:178, 185
Sociétés de radiodiffusion, 5:186
Structure des industries de médias, 5:178–80, 190

**Côté, Charles, journaliste à La Presse et premier vice-
président du Syndicat des travailleurs de l'information
Presse, Regroupement des syndicats de Gesca**

Convergence du multimédia, 5:114–15, 121
Couverture de l'actualité, reportages, 5:115
Écoles de journalisme, 5:117
Éditeurs et professionnels, 5:114–15
Gesca Ltée, 5:114–16
Journalistes, 5:114
Journaux, 5:114–15, 117, 120
Monopolisation des médias, 5:115
Rédacteur en chef, 5:118
Société Radio-Canada (SRC), 5:120–1
Sociétés de radiodiffusion, 5:120

Cox, Kevin (Présentation personnelle)

Choix de publics cibles, 15:92, 94
Chronicle-Herald, The, 15:92
Couverture de l'actualité, reportages, 15:92
Écoles de journalisme, 15:94, 96
Éditeurs et professionnels, 15:97
Études et rapports, 15:91
Globe and Mail, The, 15:92
Journalistes, 15:92–3, 95
Journaux, 15:95
Journaux indépendants, 15:92–3, 95–6
Rédacteur en chef, 15:94
Technologie de l'information, 15:92, 94–7

Crevier, Guy, président, Gesca Ltée

Agences de nouvelles, 12:19–21, 34
Aide financière, 12:27
Alphabétisation, apprentissage aux médias, 12:20, 22
31–3, 36, 42
Choix de publics cibles, 12:18, 22, 25, 32, 42
Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 12:39
Conseils de presse, 12:29
Convergence du multimédia, 12:21, 34, 37
Couverture de l'actualité, reportages, 12:18, 22, 24, 4
Éditeurs et professionnels, 12:26, 32
Études et rapports, 12:21, 31
Frais d'impression et distribution, 12:20–1, 23–5, 28

Crevier, Guy, President, Gesca Ltée – Cont'd

- Media industry structure, 12:23, 25–31, 39–42
- Media literacy, 12:20, 22, 28, 31–3, 36, 42
- Media monopolies, 12:22, 39
- Multiculturalism, 12:19
- Multi-media convergence, 12:21, 34, 37
- News coverage, features, 12:18, 22, 24, 40–1
- News editor, 12:18–19, 22, 24, 30, 32, 37–8
- News services, 12:19–21, 34
- Newspapers, 12:17–19, 21, 24–6, 28, 30, 32, 37, 40
- Press councils, 12:29
- Printing and distribution cost, 12:20–1, 23–5, 28–9
- Publishers and professionals, 12:26, 32
- Studies and reports, 12:21, 31
- Telefilm Canada, 12:27
- Télé-Québec, 12:34

Currie, Tim (Personal communication)

- Audience targeting, 16:35, 39–40, 44
- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 16:35, 37–8, 41
- Information technology, 16:34–44
- Journalism schools, 16:34, 41–2, 44
- Journalists, 16:41, 44–5
- Media industry structure, 16:37
- Media literacy, 16:39, 42–4
- News coverage, features, 16:37
- News editor, 16:36, 40, 43
- News services, 16:34
- Studies and reports, 16:36
- Torstar Corporation, 16:38
- United Kingdom, media model, 16:39

Davis, Murdoch (Personal communication)

- Advertising industry, 9:61–2
- Audience targeting, 9:48, 54, 58–9
- Canadian Charter of Rights and Freedoms, 9:49, 51
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 9:53
- CanWest Global Communications Corporation, 9:45–51, 54, 58–9
- Federal government agencies, 9:62
- Government intervention, 9:49–50, 62
- Independent newspapers, 9:44–5, 48, 53–4, 59–60
- Information technology, 9:53, 57–8
- Journalism schools, 9:46, 51
- Journalists, 9:46, 51, 55–60, 62
- Labour unions, 9:51
- Media industry structure, 9:47–50, 52, 54, 57, 59–61
- Media literacy, 9:51
- Media monopolies, 9:47, 52, 56–7
- Multi-media convergence, 9:45, 47–8, 50, 52, 54, 59
- News coverage, features, 9:55
- News editor, 9:45–6
- News services, 9:50, 52–3, 55, 58
- Newspapers, 9:44–8, 53–6, 58–9
- Press councils, 9:55–6
- Publishers and professionals, 9:47, 60–1
- Shaw Communications Inc., 9:54
- Studies and reports, 9:46
- Torstar Corporation, 9:45, 48

Crevier, Guy, président, Gesca Ltée – Suite

- Gesca Ltée, 12:17–30, 32–8, 40–2
- Industrie de la publicité, 12:21
- Interventions gouvernementales, 12:28–9, 31
- Journalistes, 12:18, 23, 38, 40–1
- Journaux, 12:17–19, 21, 24–6, 28, 30, 32, 37, 40
- Monopolisation des médias, 12:22, 39
- Multiculturalisme, 12:19
- Organismes fédéraux, 12:39
- Rédacteur en chef, 12:18–19, 22, 24, 30, 32, 37–8
- Société Radio-Canada (SRC), 12:27, 34–7
- Sociétés de radiodiffusion, 12:35
- Stations de télévision locales, 12:34–5, 39
- Structure des industries de médias, 12:23, 25–31, 39–42
- Technologie de l'information, 12:21–2, 27, 31, 33
- Téléfilm Canada, 12:27
- Télé-Québec, 12:34

Currie, Tim (Présentation personnelle)

- Agences de nouvelles, 16:34
- Alphabétisation, apprentissage aux médias, 16:39, 42–4
- Choix de publics cibles, 16:35, 39–40, 44
- Couverture de l'actualité, reportages, 16:37
- Écoles de journalisme, 16:34, 41–2, 44
- Études et rapports, 16:36
- Journalistes, 16:41, 44–5
- Rédacteur en chef, 16:36, 40, 43
- Royaume-Uni, modèle de médias, 16:39
- Société Radio-Canada (SRC), 16:35, 37–8, 41
- Structure des industries de médias, 16:37
- Technologie de l'information, 16:34–44
- Torstar Corporation, 16:38

Davis, Murdoch (Présentation personnelle)

- Agences de nouvelles, 9:50, 52–3, 55, 58
- Alphabétisation, apprentissage aux médias, 9:51
- CanWest Global Communications Corporation, 9:45–51, 54, 58–9
- Charte canadienne des droits et libertés, 9:49, 51–2
- Choix de publics cibles, 9:48, 54, 58–9
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 9:53
- Conseils de presse, 9:55–6
- Convergence du multimédia, 9:45, 47–8, 50, 52, 54, 59
- Couverture de l'actualité, reportages, 9:55
- Écoles de journalisme, 9:46, 51
- Éditeurs et professionnels, 9:47, 60–1
- Études et rapports, 9:46
- Industrie de la publicité, 9:61–2
- Interventions gouvernementales, 9:49–50, 62
- Journalistes, 9:46, 51, 55–60, 62
- Journaux, 9:44–8, 53–6, 58–9
- Journaux indépendants, 9:44–5, 48, 53–4, 59–60
- Monopolisation des médias, 9:47, 52, 56–7
- Organismes fédéraux, 9:62
- Rédacteur en chef, 9:45–6
- Shaw Communications Inc., 9:54
- Structure des industries de médias, 9:47–50, 52, 54, 57, 59–61
- Syndicats, 9:51
- Technologie de l'information, 9:53, 57–8
- Torstar Corporation, 9:45, 48

Deiter, Connie (Personal communication)

- Aboriginal Peoples Television Network (APTN), 8:65, 67
- Audience targeting, 8:62, 65-6
- Broadcast media, 8:66-7
- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 8:61, 65
- Ethnic press and media, 8:66
- Journalism schools, 8:61, 63-5, 67
- Journalists, 8:61-3
- Media industry structure, 8:60, 63
- Multiculturalism, 8:63
- News coverage, features, 8:62-3
- News editor, 8:62-3
- Newspapers, 8:61-2, 66
- Publishers and professionals, 8:60-1

Dennis, Sarah, Vice-President, Brand and Content, The Halifax Herald Limited, The Chronicle-Herald

- Advertising industry, 15:47, 50
- Audience targeting, 15:33-4, 37, 43, 48-50
- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 15:52
- Canadian Charter of Rights and Freedoms, 15:35
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 15:36
- Chronicle-Herald, The*, 15:32-51, 54
- Federal government agencies, 15:35
- Government intervention, 15:33, 35
- Independent newspapers, 15:32, 35, 37, 39
- Information technology, 15:32-4, 38, 43, 48-51
- Journalists, 15:52, 56
- Media industry structure, 15:36
- Media literacy, 15:32, 40-1, 43-4, 54
- Multi-media convergence, 15:34
- News coverage, features, 15:34
- News editor, 15:33-4, 40, 54-5
- Press councils, 15:33, 39, 53-4
- Printing and distribution cost, 15:47

Deverell, Rita S., Director of News and Current Affairs, Aboriginal Peoples Television Network (APTN)

- Aboriginal Peoples Television Network (APTN), 9:71-2, 74-7
- Broadcasting companies, 9:74, 77
- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 9:71, 74-6
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 9:72
- CTV News, 9:74
- Journalists, 9:71-2, 74
- Labour unions, 9:75
- News editor, 9:74
- Publishers and professionals, 9:74

Dickey, Régent, Manager, East, Highways and Borders, Surface Programs and Divestiture, Transport Canada

- Highway 30 Completion Bridges Act, 20:41
- Transport Canada, 20:41, 45; 21:36

Dimock, Blair, Director Strategic Planning, TVOntario

- Audience targeting, 4:90, 92-3, 96, 98
- Broadcast media, 4:90, 93

Deiter, Connie (Présentation personnelle)

- Aboriginal Peoples Television Network (APTN), 8:65,
- Choix de publics cibles, 8:62, 65-6
- Couverture de l'actualité, reportages, 8:62-3
- Écoles de journalisme, 8:61, 63-5, 67
- Éditeurs et professionnels, 8:60-1
- Journalistes, 8:61-3
- Journaux, 8:61-2, 66
- Multiculturalisme, 8:63
- Presse et médias ethniques, 8:66
- Radiodiffusion, 8:66-7
- Rédacteur en chef, 8:62-3
- Société Radio-Canada (SRC), 8:61, 65
- Structure des industries de médias, 8:60, 63

Dennis, Sarah, vice-présidente, Brand and Content, The Halifax Herald Limited, The Chronicle-Herald

- Alphabétisation, apprentissage aux médias, 15:32, 40-1, 4, 54
- Charte canadienne des droits et libertés, 15:35
- Choix de publics cibles, 15:33-4, 37, 43, 48-50
- Chronicle-Herald, The*, 15:32-51, 54
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 15:36
- Conseils de presse, 15:34, 39, 53-4
- Convergence du multimédia, 15:34
- Couverture de l'actualité, reportages, 15:34
- Frais d'impression et distribution, 15:47
- Industrie de la publicité, 15:47, 50
- Interventions gouvernementales, 15:33, 35
- Journalistes, 15:52, 56
- Journaux indépendants, 15:32, 35, 37, 39
- Organismes fédéraux, 15:35
- Rédacteur en chef, 15:33-4, 40, 54-5
- Société Radio-Canada (SRC), 15:52
- Structure des industries de médias, 15:36
- Technologie de l'information, 15:32-4, 38, 43, 48-51

Deverell, Rita S., directrice des nouvelles et des actualités, Aboriginal Peoples Television Network (APTN)

- Aboriginal Peoples Television Network (APTN), 9:71-2, 74-7
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunication canadiennes (CRTC), 9:72
- CTV News, 9:74
- Éditeurs et professionnels, 9:74
- Journalistes, 9:71-2, 74
- Rédacteur en chef, 9:74
- Société Radio-Canada (SRC), 9:71, 74-6
- Sociétés de radiodiffusion, 9:74, 77
- Syndicats, 9:75

Dickey, Régent, gestionnaire de l'est des routes et des frontières, Programmes de surface et cession, Transports Canada

- Loi sur les ponts nécessaires au parachèvement du l'act, 30, 20:41
- Transports Canada, 20:41, 45; 21:36

Dimock, Blair, directeur, Planification stratégique, TVOntario

- Aide financière, 4:91-2

Dimock, Blair, Director Strategic Planning, TVOntario – cont'd

- Broadcasting companies, 4:94
- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 4:92
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 4:91–2, 94, 97, 101
- Financial assistance, 4:91–2
- Media literacy, 4:100
- Multiculturalism, 4:90
- TVOntario, 4:90–4, 96–100

Dore, Debbie, Office Manager of *The Chronicle* and of *The Westmount Examiner*, and Board Member, Quebec Community Newspapers Association (QCNA)

- Lobbying and representation, 5:71, 74
- Media industry structure, 5:71, 74
- Newspapers, 5:71

Duncan, Greg, Executive Director, Quebec Community Newspapers Association (QCNA)

- Advertising industry, 5:68, 75–6
- Audience targeting, 5:64–5
- Canadian Charter of Rights and Freedoms, 5:64
- Canadian Heritage, 5:76–7
- Financial assistance, 5:76–7
- Government intervention, 5:68, 75–7
- Independent newspapers, 5:71
- Journalists, 5:64
- Lobbying and representation, 5:64–9, 71–3, 76–7
- Media industry structure, 5:64–6, 68, 72–3, 76
- Media monopolies, 5:66
- Multiculturalism, 5:66
- Multi-media convergence, 5:65, 73
- News services, 5:65–6
- Newspapers, 5:71, 73
- Publishers and professionals, 5:65

Elliot, Geoffrey, Vice-President, Corporate Affairs, CanWest Global Communications Corporation

- Audience targeting, 13:54–5
- Broadcast media, 13:49
- CanWest Global Communications Corporation, 13:54–5, 62
- Government intervention, 13:49
- House of Commons Standing Committees, 13:49
- Multi-media convergence, 13:49

Emke, Ivan (Personal communication)

- Audience targeting, 14:30–3, 35, 45
- Broadcast media, 14:29–37, 40–1, 43–5
- Broadcasting companies, 14:32–4
- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 14:35
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 14:29, 32–4
- Federal government agencies, 14:38, 42, 44
- Government intervention, 14:38, 44
- Independent newspapers, 14:27, 39
- Industry Canada, 14:30
- Information technology, 14:29–30, 34, 38–41, 43
- Journalism schools, 14:40–2, 46
- Media industry structure, 14:27, 36, 45–6
- Media literacy, 14:26–32, 36–47

Dimock, Blair, directeur, Planification stratégique, TVOntario – Suite

- Alphabétisation, apprentissage aux médias, 4:100
- Choix de publics cibles, 4:90, 92–3, 96, 98
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 4:91–2, 94, 97, 101
- Multiculturalisme, 4:90
- Radiodiffusion, 4:90, 93
- Société Radio-Canada (SRC), 4:92
- Sociétés de radiodiffusion, 4:94
- TVOntario, 4:90–4, 96–100

Dore, Debbie, adjointe administrative, *The Chronicle* et *The Westmount Examiner*, et membre du conseil d'administration, Association des journaux régionaux du Québec (AJRQ)

- Journaux, 5:71
- Lobbying et représentation, 5:71, 74
- Structure des industries de médias, 5:71, 74

Duncan, Greg, directeur général, Association des journaux régionaux du Québec (AJRQ)

- Agences de nouvelles, 5:65–6
- Aide financière, 5:76–7
- Charte canadienne des droits et libertés, 5:64
- Choix de publics cibles, 5:64–5
- Convergence du multimédia, 5:65, 73
- Éditeurs et professionnels, 5:65
- Industrie de la publicité, 5:68, 75–6
- Interventions gouvernementales, 5:68, 75–7
- Journalistes, 5:64
- Journaux, 5:71, 73
- Journaux indépendants, 5:71
- Lobbying et représentation, 5:64–9, 71–3, 76–7
- Monopolisation des médias, 5:66
- Multiculturalisme, 5:66
- Patrimoine canadien, 5:76–7
- Structure des industries de médias, 5:64–6, 68, 72–3, 76

Elliot, Geoffrey, vice-président, Affaires corporatives, CanWest Global Communications Corporation

- CanWest Global Communications Corporation, 13:54–5, 62
- Chambre des communes, Comités permanents, 13:49
- Choix de publics cibles, 13:54–5
- Convergence du multimédia, 13:49
- Interventions gouvernementales, 13:49
- Radiodiffusion, 13:49

Emke, Ivan (Présentation personnelle)

- Alphabétisation, apprentissage aux médias, 14:26–32, 36–47
- Choix de publics cibles, 14:30–3, 35, 45
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 14:29, 32–4
- Convergence du multimédia, 14:36
- Couverture de l'actualité, reportages, 14:27
- Écoles de journalisme, 14:40–2, 46
- Éditeurs et professionnels, 14:28
- Études et rapports, 14:27, 44
- Industrie Canada, 14:30
- Interventions gouvernementales, 14:38, 44
- Journaux indépendants, 14:27, 39
- Organismes fédéraux, 14:38, 42, 44
- Radiodiffusion, 14:29–37, 40–1, 43–5

Emke, Ivan (Personal communication) – Cont'd

Multi-media convergence, 14:36
 News coverage, features, 14:27
 News editor, 14:28–9
 Publishers and professionals, 14:28
 Studies and reports, 14:27, 44
 Telefilm Canada, 14:44

Enman, Marcia, General Director, *La Voix Acadienne*

Advertising industry, 18:27
 Audience targeting, 18:31, 33
 Ethnic press and media, 18:29–33
 Federal government agencies, 18:27, 30
 Government intervention, 18:28–9, 31
 Independent newspapers, 18:28–9
 Information technology, 18:28
 Lobbying and representation, 18:27–33
 Media literacy, 18:27
 Media monopolies, 18:28
 Multiculturalism, 18:27, 31
 News services, 18:30, 33
 Newspapers, 18:30, 32–3
 Printing and distribution cost, 18:28
 Publishers and professionals, 18:32

Everson, Jim, Executive Director, Public Affairs, Magazines Canada

Canadian Heritage, 22:27
 Financial assistance, 22:26–7
 Lobbying and representation, 22:18
 Media industry structure, 22:27
 Periodicals, 22:18, 27
 Publishers and professionals, 22:27

Fech, Oscar (Personal communication)

Advertising industry, 7:69
 Media industry structure, 7:69–70
 Media literacy, 7:69–70
 Multi-media convergence, 7:71
 News coverage, features, 7:70
 Newspapers, 7:69–70
 Press councils, 7:70

Fontaine, René, Director of French Radio, Prairies, Canadian Broadcasting Corporation (CBC)

Broadcast media, 9:17
 Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 9:16–17, 20, 22–3, 25–7
 House of Commons Standing Committees, 9:23
 Media literacy, 9:22–3
 Multiculturalism, 9:16–17

Franklin, Jonathan (Personal communication)

CanWest Global Communications Corporation, 17:120
Globe and Mail, The, 17:121
 Journalists, 17:121
 Media monopolies, 17:122
 News coverage, features, 17:121–2
 News editor, 17:120–3
 Newspapers, 17:120, 122
 Publishers and professionals, 17:120–2

Emke, Ivan (Présentation personnelle) – Suite

Rédacteur en chef, 14:28–9
 Société Radio-Canada (SRC), 14:35
 Sociétés de radiodiffusion, 14:32–4
 Structure des industries de médias, 14:27, 36, 45–6
 Technologie de l'information, 14:29–30, 34, 38–41, 43
 Téléfilm Canada, 14:44

Enman, Marcia, directrice générale, *La Voix Acadienne*

Agences de nouvelles, 18:30, 33
 Alphabétisation, apprentissage aux médias, 18:27
 Choix de publics cibles, 18:31, 33
 Éditeurs et professionnels, 18:32
 Frais d'impression et distribution, 18:28
 Industrie de la publicité, 18:27
 Interventions gouvernementales, 18:28–9, 31
 Journaux, 18:30, 32–3
 Journaux indépendants, 18:28–9
 Lobbying et représentation, 18:27–33
 Monopolisation des médias, 18:28
 Multiculturalisme, 18:27, 31
 Organismes fédéraux, 18:27, 30
 Presse et médias ethniques, 18:29–33
 Technologie de l'information, 18:28

Everson, Jim, directeur général, Affaires publiques, Magazines Canada

Aide financière, 22:26–7
 Éditeurs et professionnels, 22:27
 Lobbying et représentation, 22:18
 Patrimoine canadien, 22:27
 Périodiques, 22:18, 27
 Structure des industries de médias, 22:27

Fech, Oscar (Présentation personnelle)

Alphabétisation, apprentissage aux médias, 7:69–70
 Conseils de presse, 7:70
 Convergence du multimédia, 7:71
 Couverture de l'actualité, reportages, 7:70
 Industrie de la publicité, 7:69
 Journaux, 7:69–70
 Structure des industries de médias, 7:69–70

Fontaine, René, directeur de la radio française, région Prairies, Société Radio-Canada (SRC)

Alphabétisation, apprentissage aux médias, 9:22–3
 Chambre des communes, Comités permanents, 9:23
 Multiculturalisme, 9:16–17
 Radiodiffusion, 9:17
 Société Radio-Canada (SRC), 9:16–17, 20, 22–3, 25–7

Franklin, Jonathan (Présentation personnelle)

CanWest Global Communications Corporation, 17:120
 Couverture de l'actualité, reportages, 17:121–2
 Éditeurs et professionnels, 17:120–2
Globe and Mail, The, 17:121
 Journalistes, 17:121
 Journaux, 17:120, 122
 Monopolisation des médias, 17:122
 Rédacteur en chef, 17:120–3

Fréchette, Gilles, Broadcasting Manager, French Radio (Manitoba), Canadian Broadcasting Corporation (CBC)

Broadcast media, 9:17–18
 Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 9:18–19
 Journalists, 9:18
 News coverage, features, 9:18

French, Richard D., Vice-Chairman, Telecommunications, Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC)

Act to amend the Telecommunications Act, 23:26–8, 30–6
 Audience targeting, 23:28
 Bill C-37, An Act to amend the Telecommunications Act, 23:32–3
 Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 23:25–8, 30–3, 35–7
 Federal government agencies, 23:27, 34
 Government intervention, 23:26, 34
 Information technology, 23:37
 Media industry structure, 23:34
 Media literacy, 23:33, 37

Frulla, Liza (The Hon.), P.C., M.P., Minister of Canadian Heritage

Act to amend the Telefilm Canada Act and Another Act, 12:44–7, 49–50, 54, 61, 63–5
 Audience targeting, 12:44–5, 55–6
 Bill C-18, An Act to amend the Telefilm Canada Act and Another Act, 12:46, 50, 61, 63–5
 Broadcast media, 12:58
 Broadcasting companies, 12:61
 Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 12:52, 58
 Canadian Heritage, 12:43–4, 47–8, 52–8, 60, 62–3
 Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 12:57–8, 60
 Cited laws, 12:54
 Federal government agencies, 12:53, 63
 Financial assistance, 12:45, 60
 Government intervention, 12:45–6, 49, 55, 58–60, 62–3, 65
 House of Commons Standing Committees, 12:52, 56, 62
 Information technology, 12:47, 50, 61
 Journalists, 12:43
 Media industry structure, 12:43
 Multiculturalism, 12:54–6
 Studies and reports, 12:52–3
 Telefilm Canada, 12:44–50, 52–60, 62–3, 65

Furlong, Jim, Director of News, Newfoundland Broadcasting Company

Advertising industry, 14:10
 Audience targeting, 14:10
 Broadcasting companies, 14:21
 Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 14:10, 24
 CTV News, 14:21
 Information technology, 14:20
 Journalists, 14:20
 Labour unions, 14:26
 Newfoundland Broadcasting Company, 14:9–10, 20–1, 26
 Newspapers, 14:26

Fréchette, Gilles, chef des émissions de la radio française (Manitoba), Société Radio-Canada (SRC)

Couverture de l'actualité, reportages, 9:18
 Journalistes, 9:18
 Radiodiffusion, 9:17–18
 Société Radio-Canada (SRC), 9:18–19

French Richard D., vice-président des télécommunications, Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC)

Alphabétisation, apprentissage aux médias, 23:33, 37
 Choix de publics cibles, 23:28
 Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 23:25–8, 30–3, 35–7
 Interventions gouvernementales, 23:26, 34
 Loi modifiant la Loi sur les télécommunications, 23:26–8, 30–6
 Organismes fédéraux, 23:27, 34
 Projet de loi C-37, Loi modifiant la Loi sur les télécommunications, 23:32–3
 Structure des industries de médias, 23:34
 Technologie de l'information, 23:37

Frulla, Liza (L'hon.), C.P., députée, ministre du Patrimoine canadien

Aide financière, 12:45, 60
 Chambre des communes, Comités permanents, 12:52, 56, 62
 Choix de publics cibles, 12:44–5, 55–6
 Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 12:57–8, 60
 Études et rapports, 12:52–3
 Interventions gouvernementales, 12:45–6, 49, 55, 58–60, 62–3, 65
 Journalistes, 12:43
 Loi modifiant la Loi sur Téléfilm Canada et une autre loi en conséquence, 12:44–7, 49–50, 54, 61, 63–5
 Lois citées, 12:54
 Multiculturalisme, 12:54–6
 Organismes fédéraux, 12:53, 63
 Patrimoine canadien, 12:43–4, 47–8, 52–8, 60, 62–3
 Projet de loi C-18, Loi modifiant la loi sur Téléfilm Canada et une autre loi en conséquence, 12:46, 50, 61, 63–5
 Radiodiffusion, 12:58
 Société Radio-Canada (SRC), 12:52, 58
 Sociétés de radiodiffusion, 12:61
 Structure des industries de médias, 12:43
 Technologie de l'information, 12:47, 50, 61
 Téléfilm Canada, 12:44–50, 52–60, 62–3, 65

Furlong, Jim, directeur des nouvelles, Newfoundland Broadcasting Company

Choix de publics cibles, 14:10
 CTV News, 14:21
 Industrie de la publicité, 14:10
 Journalistes, 14:20
 Journaux, 14:26
 Newfoundland Broadcasting Company, 14:9–10, 20–1, 26
 Société Radio-Canada (SRC), 14:10, 24
 Sociétés de radiodiffusion, 14:21
 Syndicats, 14:26
 Technologie de l'information, 14:20

Futerman, Allen, Owner, Eden Clean Air and Heating

- Act to amend the Telecommunications Act, 23:42–6, 51
- Advertising industry, 23:50
- Audience targeting, 23:50–1
- Canadian Charter of Rights and Freedoms, 23:43–4
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 23:43–4, 46, 51
- Federal government agencies, 23:43
- Lobbying and representation, 23:42–6, 50–1

Gadula, Charles, Director General, Marine Programs Directorate, Maritime Services, Canadian Coast Guard (CCG)

- Canadian Coast Guard (CCG), 20:45–9
- Federal government agencies, 20:45, 47–8
- Government intervention, 20:48
- Water transport industry, 20:45–6

Gagnon, Lucie, Executive Secretary, Association des radiodiffuseurs communautaires du Québec (ARCQ)

- Advertising industry, 5:54–7, 61
- Audience targeting, 5:53–5
- Broadcast media, 5:53, 57–8, 60, 62–3
- Broadcasting companies, 5:61
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 5:55, 57, 62
- Cited laws, 5:55
- Federal government agencies, 5:58
- Government intervention, 5:58, 62–3
- Journalists, 5:60
- Lobbying and representation, 5:54–63
- Media industry structure, 5:53–4, 60, 62
- Multiculturalism, 5:61
- Studies and reports, 5:62

Gauthier, Mark A., Senior Counsel, Legal Services, Transport Canada

- Transport Canada, 20:45

Gaylard, Teisha, Director of Policy, Canadian Broadcast Standards Council (CBSC)

- Broadcast media, 22:44
- Canadian Broadcast Standards Council (CBSC), 22:44

Goldbloom, Michael, Publisher, *Toronto Star*, Torstar Corporation

- Advertising industry, 11:30
- Audience targeting, 11:29, 31
- Information technology, 11:17–18, 30
- Journalism schools, 11:29–30
- Journalists, 11:15, 29, 31
- Media industry structure, 11:24, 39, 44, 46
- Media literacy, 11:24
- Multiculturalism, 11:29, 45
- Multi-media convergence, 11:42
- News editor, 11:32, 45
- News services, 11:39
- Newspapers, 11:24
- Printing and distribution cost, 11:30
- Publishers and professionals, 11:42, 45
- Torstar Corporation, 11:18, 24, 29–32, 39, 42, 45–6, 49

Futerman, Allen, propriétaire, Eden Clean Air and Heating

- Charte canadienne des droits et libertés, 23:43–4
- Choix de publics cibles, 23:50–1
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 23:43–4, 46, 51
- Industrie de la publicité, 23:50
- Lobbying et représentation, 23:42–6, 50–1
- Loi modifiant la Loi sur les télécommunications, 23:43
- Organismes fédéraux, 23:43

Gadula, Charles, directeur général, Direction générale des programmes maritimes, Services maritimes, Garde côtière canadienne (GCC)

- Garde côtière canadienne (GCC), 20:45–9
- Industrie du transport maritime, 20:45–6
- Interventions gouvernementales, 20:48
- Organismes fédéraux, 20:45, 47–8

Gagnon, Lucie, secrétaire trésorière, Association des radiodiffuseurs communautaires du Québec (ARCQ)

- Choix de publics cibles, 5:53–5
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 5:55, 57, 62
- Études et rapports, 5:62
- Industrie de la publicité, 5:54–7, 61
- Interventions gouvernementales, 5:58, 62–3
- Journalistes, 5:60
- Lobbying et représentation, 5:54–63
- Lois citées, 5:56
- Multiculturalisme, 5:61
- Organismes fédéraux, 5:58
- Radiodiffusion, 5:53, 57–8, 60, 62–3
- Sociétés de radiodiffusion, 5:61
- Structure des industries de médias, 5:53–4, 60, 62

Gauthier, Mark A., avocat-conseil, Services juridiques, Transports Canada

- Transports Canada, 20:45

Gaylard, Teisha, directrice des politiques, Conseil canadien des normes de la radiotélévision (CCNR)

- Conseil canadien des normes de la radiotélévision (CCNR), 22:44
- Radiodiffusion, 22:44

Goldbloom, Michael, éditeur, *Toronto Star*, Torstar Corporation

- Agences de nouvelles, 11:39
- Alphabétisation, apprentissage aux médias, 11:24
- Choix de publics cibles, 11:29, 31
- Convergence du multimédia, 11:42
- Écoles de journalisme, 11:29–30
- Éditeurs et professionnels, 11:42, 45
- Frais d'impression et distribution, 11:30
- Industrie de la publicité, 11:30
- Journalistes, 11:15, 29, 31
- Journaux, 11:24
- Multiculturalisme, 11:29, 45
- Rédacteur en chef, 11:32, 45
- Structure des industries de médias, 11:24, 39, 44, 46
- Technologie de l'information, 11:17–18, 30
- Torstar Corporation, 11:18, 24, 29–32, 39, 42, 45–6, 49

Goldthorpe, Peter, Director, Marketplace Regulation Issues, Canadian Life and Health Insurance Association Inc. (CLHIA)

- Act to amend the Telecommunications Act, 23:65
- Lobbying and representation, 23:65

Gombert, Sylvaine (Personal communication)

- Audience targeting, 22:12, 15
- Ethnic press and media, 22:20
- Financial assistance, 22:12-13, 15
- Government intervention, 22:12-13
- Lobbying and representation, 22:12, 15
- Periodicals, 22:12, 15, 20
- Printing and distribution cost, 22:12-13, 20
- Publishers and professionals, 22:12

Gousse, Stéphane, Desk Employee at *Le Soleil*, and President of the Syndicat des employés de bureau du *Soleil*, Regroupement des syndicats de Gesca

- Advertising industry, 5:121
- Gesca Ltée, 5:121
- Journalists, 5:121
- Multi-media convergence, 5:121
- Newspapers, 5:121

Gravel, Alain, President, Fédération professionnelle des journalistes du Québec (FPJQ)

- Advertising industry, 5:162
- Audience targeting, 5:148
- Broadcast media, 5:154, 162
- Broadcasting companies, 5:146-9, 152-3, 155, 160, 181
- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 5:146, 154, 158
- Canadian Charter of Rights and Freedoms, 5:148
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 5:149-51, 155, 157, 162
- Cited laws, 5:148-9
- CTV News, 5:151
- Federal government agencies, 5:150
- Government intervention, 5:148, 150, 156
- Independent newspapers, 5:154
- Information technology, 5:152
- Intellectual property, 5:158-9
- Journalism schools, 5:159
- Journalists, 5:146-9, 153-5, 158-60
- Labour unions, 5:146, 162
- Lobbying and representation, 5:145-51, 153-5
- Media industry structure, 5:146, 150-2, 159-60
- Media literacy, 5:162, 3
- Media monopolies, 5:157
- Multi-media convergence, 5:147, 149-50, 152-3, 155
- News coverage, features, 5:147, 151, 153, 160
- Newspapers, 5:149
- Periodicals cited, 5:146
- Press councils, 5:146
- Studies and reports, 5:149
- Torstar Corporation, 5:149

Greenspon, Edward, Editor-in-Chief, *The Globe and Mail*

- Audience targeting, 19:40, 42, 44-5, 51, 60
- Broadcast media, 19:46
- Broadcasting companies, 19:33, 35, 38
- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 19:29, 37, 55-6

Goldthorpe, Peter, directeur, Questions liées à la réglementation du marché, Association canadienne des compagnies d'assurances de personnes inc. (ACCAP)

- Lobbying et représentation, 23:65
- Loi modifiant la Loi sur les télécommunications, 23:65

Gombert, Sylvaine (Présentation personnelle)

- Aide financière, 22:12-13, 15
- Choix de publics cibles, 22:12, 15
- Éditeurs et professionnels, 22:12
- Frais d'impression et distribution, 22:12-13, 20
- Interventions gouvernementales, 22:12-13
- Lobbying et représentation, 22:12, 15
- Périodiques, 22:12, 15, 20
- Presse et médias ethniques, 22:20

Gousse, Stéphane, employé de bureau au *Soleil* et président du Syndicat des employés de bureau du *Soleil*, Regroupement des syndicats de Gesca

- Convergence du multimédia, 5:121
- Gesca Ltée, 5:121
- Industrie de la publicité, 5:121
- Journalistes, 5:121
- Journaux, 5:121

Gravel, Alain, président, Fédération professionnelle des journalistes du Québec (FPJQ)

- Alphabétisation, apprentissage aux médias, 5:162-3
- Charte canadienne des droits et libertés, 5:148
- Choix de publics cibles, 5:148
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 5:149-51, 155, 157, 162
- Conseils de presse, 5:146
- Convergence du multimédia, 5:147, 149-50, 152-3, 155
- Couverture de l'actualité, reportages, 5:147, 151, 153, 160
- CTV News, 5:151
- Écoles de journalisme, 5:159
- Études et rapports, 5:149
- Industrie de la publicité, 5:162
- Interventions gouvernementales, 5:148, 150, 156
- Journalistes, 5:146-9, 153-5, 158-60
- Journaux, 5:149
- Journaux indépendants, 5:154
- Lobbying et représentation, 5:145-51, 153-5
- Lois citées, 5:148-9
- Monopolisation des médias, 5:157
- Organismes fédéraux, 5:150
- Périodiques cités, 5:146
- Propriété intellectuelle, 5:158-9
- Radiodiffusion, 5:154, 162
- Société Radio-Canada (SRC), 5:146, 154, 158
- Sociétés de radiodiffusion, 5:146-9, 152-3, 155, 160, 181
- Structure des industries de médias, 5:146, 150-2, 159-60
- Syndicats, 5:146, 162
- Technologie de l'information, 5:152
- Torstar Corporation, 5:149

Greenspon, Edward, rédacteur en chef, *The Globe and Mail*

- Agences de nouvelles, 19:31
- Alphabétisation, apprentissage aux médias, 19:30, 34, 40, 45, 51-3
- CanWest Global Communications Corporation, 19:31, 39

Greenspon, Edward, Editor-in-Chief, *The Globe and Mail* – Cont'd

Canadian Charter of Rights and Freedoms, 19:34, 57, 60
 CanWest Global Communications Corporation, 19:31, 39
 Cited court decisions, 19:60–1
 Cited laws, 19:54
 CTV News, 19:33, 37–8, 46, 61, 63
 Federal government agencies, 19:54
Globe and Mail, The, 19:28–63
 Government intervention, 19:34, 38, 46, 54–7
 Information technology, 19:30, 34, 36, 39–40, 44–5, 48–51, 56, 59, 61
 Journalists, 19:31, 33–4, 37, 40–1, 48–9, 54–7, 61–3
 Local television stations, 19:29, 32
 Media industry structure, 19:30, 49–51, 54, 60–1
 Media literacy, 19:30, 34, 40, 45, 51–3
 Media monopolies, 19:35
 Multiculturalism, 19:41–3, 53
 Multi-media convergence, 19:32–4, 37
 News coverage, features, 19:29–30, 32–3, 37–8, 43, 52–4
 News editor, 19:29, 33, 35, 58, 62
 News services, 19:31
 Newspapers, 19:43, 54, 58
 Press councils, 19:35
 Printing and distribution cost, 19:30
 Publishers and professionals, 19:33, 35
 TVOntario, 19:29
 United Kingdom, media model, 19:56

Gustavson, John, President and Chief Executive Officer, Canadian Marketing Association (CMA)

Act to amend the Telecommunications Act, 23:38–9, 44–8, 52–5
 Advertising industry, 23:38–9, 48, 54
 Audience targeting, 23:38–9, 52, 55
 Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 23:39, 45–8, 52–5
 Cited laws, 23:54
 Federal government agencies, 23:54
 Lobbying and representation, 23:38–9, 44–8, 52, 54–5
 Media literacy, 23:38, 54–5

Haberstroh, Tom, Vice-President, CTV News

Advertising industry, 21:19
 Audience targeting, 21:19
 Broadcast media, 21:14
 Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 21:17–18
 CTV News, 21:14, 17–20, 29, 31, 34
Globe and Mail, The, 21:20, 31
 Journalism schools, 21:29
 Media industry structure, 21:33
 Media literacy, 21:34
 Multi-media convergence, 21:14, 31
 News services, 21:19–20

Haché, Gilles (Personal communication)

Advertising industry, 17:134–5
 Government intervention, 17:134
 Independent newspapers, 17:134–5

Greenspon, Edward, rédacteur en chef, *The Globe and Mail* – Suite

Charte canadienne des droits et libertés, 19:34, 57, 60
 Choix de publics cibles, 19:40, 42, 44–5, 51, 60
 Conseils de presse, 19:35
 Convergence du multimédia, 19:32–4, 37
 Couverture de l'actualité, reportages, 19:29–30, 32–3, 34, 43, 52–4
 CTV News, 19:33, 37–8, 46, 61, 63
 Décisions des tribunaux, 19:60–1
 Éditeurs et professionnels, 19:33, 35
 Frais d'impression et distribution, 19:30
Globe and Mail, The, 19:28–63
 Interventions gouvernementales, 19:34, 38, 46, 54–7
 Journalistes, 19:31, 33–4, 37, 40–1, 48–9, 54–7, 61–3
 Journaux, 19:43, 54, 58
 Lois citées, 19:54
 Monopolisation des médias, 19:35
 Multiculturalisme, 19:41–3, 53
 Organismes fédéraux, 19:54
 Radiodiffusion, 19:46
 Rédacteur en chef, 19:29, 33, 35, 58, 62
 Royaume-Uni, modèle de médias, 19:56
 Société Radio-Canada (SRC), 19:29, 37, 55–6
 Sociétés de radiodiffusion, 19:33, 35, 38
 Stations de télévision locales, 19:29, 32
 Structure des industries de médias, 19:30, 49–51, 54, 60
 Technologie de l'information, 19:30, 34, 36, 39–40, 44–5, 48–51, 56, 59, 61
 TVOntario, 19:29

Gustavson, John, président et président-directeur général, Association canadienne du marketing (ACM)

Alphabétisation, apprentissage aux médias, 23:38, 54–5
 Choix de publics cibles, 23:38–9, 52, 55
 Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 23:39, 45–8, 52–5
 Industrie de la publicité, 23:38–9, 48, 54
 Lobbying et représentation, 23:38–9, 44–8, 52, 54–5
 Loi modifiant la Loi sur les Télécommunications, 23:38–9, 44–8, 52–5
 Lois citées, 23:54
 Organismes fédéraux, 23:54

Haberstroh, Tom, vice-président, CTV News

Agences de nouvelles, 21:19–20
 Alphabétisation, apprentissage aux médias, 21:34
 Choix de publics cibles, 21:19
 Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 21:17–18
 Convergence du multimédia, 21:14, 31
 CTV News, 21:14, 17–20, 29, 31, 34
 Écoles de journalisme, 21:29
Globe and Mail, The, 21:20, 31
 Industrie de la publicité, 21:19
 Radiodiffusion, 21:14
 Structure des industries de médias, 21:33

Haché, Gilles (Présentation personnelle)

Convergence du multimédia, 17:134–5
 Éditeurs et professionnels, 17:134–6
 Frais d'impression et distribution, 17:134–6

Haché, Gilles (Personal communication) – Cont'd

- Media monopolies, 17:135–6
- Multi-media convergence, 17:134–5
- Newspapers, 17:134
- Printing and distribution cost, 17:134–6
- Publishers and professionals, 17:134–6

Haché, Gilles F., Director of Sales and Marketing, L'Acadie Nouvelle

- Brunswick News Inc. (BNI), 17:101
- Ethnic press and media, 17:96
- Independent newspapers, 17:100
- Lobbying and representation, 17:96
- Media monopolies, 17:96
- Multi-media convergence, 17:101
- Newspapers, 17:96, 101
- Publishers and professionals, 17:96, 101

Hackett, Bob (Personal communication)

- Audience targeting, 6:139
- Broadcast media, 6:139
- Broadcasting companies, 6:137
- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 6:137
- Journalism schools, 6:136
- Media industry structure, 6:136
- Media monopolies, 6:136, 139
- Multi-media convergence, 6:136–7, 139
- News coverage, features, 6:137, 139
- Newspapers, 6:139
- Studies and reports, 6:139

Hanlon, Patrick J. K. (Personal communication)

- Audience targeting, 14:71
- Broadcast media, 14:71
- Canadian Broadcast Standards Council (CBSC), 14:70
- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 14:70–2
- Canadian Charter of Rights and Freedoms, 14:73
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 14:70, 72
- Government intervention, 14:73
- Local television stations, 14:70
- Media industry structure, 14:69–74
- Media literacy, 14:69, 71, 74
- Newfoundland Broadcasting Company, 14:73
- News coverage, features, 14:69
- Press councils, 14:72–3
- Studies and reports, 14:69

Henley, David (Personal communication)

- Advertising industry, 17:68, 71–2, 74
- Audience targeting, 17:68–9, 72, 75–6, 79
- Brunswick News Inc. (BNI), 17:65
- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 17:68
- Federal government agencies, 17:67, 72
- Government intervention, 17:67–8
- Independent newspapers, 17:65, 67, 69–71, 73–80
- Information technology, 17:78
- Journalists, 17:66, 70
- Media industry structure, 17:72, 77
- Media monopolies, 17:65–8, 71–2, 78–80
- Multi-media convergence, 17:66, 72–3, 80

Haché, Gilles (Présentation personnelle) -- Suite

- Industrie de la publicité, 17:134–5
- Interventions gouvernementales, 17:134
- Journaux, 17:134
- Journaux indépendants, 17:134–5
- Monopolisation des médias, 17:135–6

Haché, Gilles F., directeur, ventes et marketing, L'Acadie Nouvelle

- Brunswick News Inc. (BNI), 17:101
- Convergence du multimédia, 17:101
- Éditeurs et professionnels, 17:96, 101
- Journaux, 17:96, 101
- Journaux indépendants, 17:100
- Lobbying et représentation, 17:96
- Monopolisation des médias, 17:96
- Presse et médias ethniques, 17:96

Hackett, Bob (Présentation personnelle)

- Choix de publics cibles, 6:139
- Convergence du multimédia, 6:136–7, 139
- Couverture de l'actualité, reportages, 6:137, 139
- Écoles de journalisme, 6:136
- Études et rapports, 6:139
- Journaux, 6:139
- Monopolisation des médias, 6:136, 139
- Radiodiffusion, 6:139
- Société Radio-Canada (SRC), 6:137
- Sociétés de radiodiffusion, 6:137
- Structure des industries de médias, 6:136

Hanlon, Patrick J. K. (Présentation personnelle)

- Alphabétisation, apprentissage aux médias, 14:69, 71, 74
- Charte canadienne des droits et libertés, 14:73
- Choix de publics cibles, 14:71
- Conseil canadien des normes de la radiotélévision (CCNR), 14:70
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 14:70, 72
- Conseils de presse, 14:72–3
- Couverture de l'actualité, reportages, 14:69
- Études et rapports, 14:69
- Interventions gouvernementales, 14:73
- Newfoundland Broadcasting Company, 14:73
- Radiodiffusion, 14:71
- Société Radio-Canada (SRC), 14:70–2
- Stations de télévision locales, 14:70
- Structure des industries de médias, 14:69–74

Henley, David (Présentation personnelle)

- Brunswick News Inc. (BNI), 17:65
- Choix de publics cibles, 17:68–9, 72, 75–6, 79
- Convergence du multimédia, 17:66, 72–3, 80
- Couverture de l'actualité, reportages, 17:66, 70
- Éditeurs et professionnels, 17:65–7, 69–71, 73, 77–8
- Études et rapports, 17:66
- Frais d'impression et distribution, 17:67, 74–6, 78–9
- Industrie de la publicité, 17:68, 71–2, 74
- Interventions gouvernementales, 17:67–8
- Journalistes, 17:66, 70
- Journaux, 17:69–71, 73, 77, 79
- Journaux indépendants, 17:65, 67, 69–71, 73–80

Henley, David (Personal communication) – Cont'd

- News coverage, features, 17:66, 70
- Newspapers, 17:69–71, 73, 77, 79
- Printing and distribution cost, 17:67, 74–6, 78–9
- Publishers and professionals, 17:65–7, 69–71, 73, 77–8
- Studies and reports, 17:66

Heyde, Till, Clerk of the Committee

- Motions and decisions, organization meeting, 1:19–20
- Procedure, Organization of the Committee, 23:81–2

Hinds, John, Executive Director, Canadian Community Newspapers Association (CCNA)

- Federal government agencies, 6:63
- Government intervention, 6:63
- Journalists, 6:66
- Lobbying and representation, 6:63, 66, 69, 71
- Printing and distribution cost, 6:63

Ho, George, Deputy Editor, *Ming Pao Daily News*

- Audience targeting, 6:72, 75–7
- Ethnic press and media, 6:72–81
- Government intervention, 6:73, 76
- Independent newspapers, 6:72
- Information technology, 6:74
- Journalism schools, 6:73, 75, 77, 81
- Journalists, 6:73, 80
- Media monopolies, 6:72
- Multiculturalism, 6:73–5, 81
- Multi-media convergence, 6:73, 77–8
- News coverage, features, 6:80
- News services, 6:76, 79–80
- Newspapers, 6:72, 75, 78
- Publishers and professionals, 6:72–3

Hogle, Bruce, Chair, Alberta Press Council

- Audience targeting, 7:8
- Broadcasting companies, 7:9–10, 13–14
- Canadian Association of Broadcasters (CAB), 7:10
- Canadian Charter of Rights and Freedoms, 7:5, 7, 30
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 7:9–10
- CTV News, 7:14
- Federal government agencies, 7:6
- Journalism schools, 7:8, 15, 20–1, 30
- Journalists, 7:5–7, 13, 15, 19–20, 27–8, 30–1
- Lobbying and representation, 7:14, 23, 26, 32
- Media industry structure, 7:14, 19, 22
- Media literacy, 7:17, 27
- Media monopolies, 7:13–14
- Multiculturalism, 7:9, 12
- Multi-media convergence, 7:23
- News coverage, features, 7:7, 11–12, 19–21, 24, 31
- News editor, 7:19–20, 27
- News services, 7:7–9, 11, 13
- Newspapers, 7:9–11, 17
- Press councils, 7:5–12, 14–29, 31–2
- Publishers and professionals, 7:8, 12, 15, 20
- Studies and reports, 7:8–9, 21

Henley, David (Présentation personnelle) – Suite

- Monopolisation des médias, 17:65–8, 71–2, 78–80
- Organismes fédéraux, 17:67, 72
- Société Radio-Canada (SRC), 17:68
- Structure des industries de médias, 17:72, 77
- Technologie de l'information, 17:78

Heyde, Till, greffier du comité

- Motions et décisions, réunion d'organisation, 1:19–20
- Procédure, Organisation du comité, 23:81–2

Hinds, John, directeur général, Canadian Community Newspapers Association (CCNA)

- Frais d'impression et distribution, 6:63
- Interventions gouvernementales, 6:63
- Journalistes, 6:66
- Lobbying et représentation, 6:63, 66, 69, 71
- Organismes fédéraux, 6:63

Ho, George, rédacteur en chef adjoint, *Ming Pao Daily News*

- Agences de nouvelles, 6:76, 79–80
- Choix de publics cibles, 6:72, 75–7
- Convergence du multimédia, 6:73, 77–8
- Couverture de l'actualité, reportages, 6:80
- Écoles de journalisme, 6:73, 75, 77, 81
- Éditeurs et professionnels, 6:72–3
- Interventions gouvernementales, 6:73, 76
- Journalists, 6:73, 80
- Journaux, 6:72, 75, 78
- Journaux indépendants, 6:72
- Monopolisation des médias, 6:72
- Multiculturalisme, 6:73–5, 81
- Presse et médias ethniques, 6:72–81
- Technologie de l'information, 6:74

Hogle, Bruce, président, Alberta Press Council

- Agences de nouvelles, 7:7–9, 11, 13
- Alphabétisation, apprentissage aux médias, 7:17, 27
- Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR), 7:10
- Charte canadienne des droits et libertés, 7:5, 7, 30
- Choix de publics cibles, 7:8
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 7:9–10
- Conseils de presse, 7:5–12, 14–29, 31–2
- Convergence du multimédia, 7:23
- Couverture de l'actualité, reportages, 7:7, 11–12, 19–21, 31
- CTV News, 7:14
- Écoles de journalisme, 7:8, 15, 20–1, 30
- Éditeurs et professionnels, 7:8, 12, 15, 20
- Études et rapports, 7:8–9, 21
- Journalistes, 7:5–7, 13, 15, 19–20, 27–8, 30–1
- Journaux, 7:9–11, 17
- Lobbying et représentation, 7:14, 23, 26, 32
- Monopolisation des médias, 7:13–14
- Multiculturalisme, 7:9, 12
- Organismes fédéraux, 7:6
- Rédacteur en chef, 7:19–20, 27
- Sociétés de radiodiffusion, 7:9–10, 13–14
- Structure des industries de médias, 7:14, 19, 22

Holmes, Roger, President, AWWA and Publisher, *Wainwright Star Chronicle*, Alberta Weekly Newspapers Association (AWNA)

Advertising industry, 7:40, 42–3, 49
 Audience targeting, 7:37–9, 48–9
 Broadcasting companies, 7:36
 CanWest Global Communications Corporation, 7:44
 Cited laws, 7:46
 Ethnic press and media, 7:44
 Federal government agencies, 7:38
 Government intervention, 7:37
 Independent newspapers, 7:35, 39–40, 42, 44–6, 48–50
 Journalism schools, 7:45–6
 Journalists, 7:40, 48–50
 Lobbying and representation, 7:35–6, 38, 44–5, 50
 Media industry structure, 7:42, 48
 Media literacy, 7:45–7
 Multi-media convergence, 7:41
 News editor, 7:39, 47
 News services, 7:36, 38–9, 50
 Newspapers, 7:36
 Press councils, 7:39, 43
 Printing and distribution cost, 7:38
 Publishers and professionals, 7:36, 48
 Studies and reports, 7:37–8

Howse, Bob, Editor-in-Chief, *The Chronicle-Herald*

Advertising industry, 15:41
 Audience targeting, 15:37
 Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 15:36
Chronicle-Herald, The, 15:36, 39–40, 51
 Independent newspapers, 15:36
 Journalists, 15:52
 Media industry structure, 15:36, 55
 Media literacy, 15:40
 News coverage, features, 15:41
 News editor, 15:55
 Press councils, 15:39–40, 55

Hughes, Lesley (Personal communication)

Canadian Association of Journalists (CAJ), 9:80
 Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 9:82
 Journalism schools, 9:80
 Journalists, 9:81–2
 Media industry structure, 9:81
 Multi-media convergence, 9:80, 82
 News coverage, features, 9:80–1
 News editor, 9:82
 Newspapers, 9:80–2
 Periodicals cited, 9:80
 Publishers and professionals, 9:82
 Shaw Communications Inc., 9:82

Hulays, Rafah (Personal communication)

CanWest Global Communications Corporation, 6:140–1, 145
 Government intervention, 6:145
 Media industry structure, 6:140–1, 145
 Media monopolies, 6:140–1, 145
 Multiculturalism, 6:141
 Multi-media convergence, 6:140, 145
 News coverage, features, 6:140–1

Holmes, Roger, président, AWWA, et éditeur du *Wainwright Star Chronicle*, Alberta Weekly Newspapers Association (AWNA)

Agences de nouvelles, 7:36, 38–9, 50
 Alphabétisation, apprentissage aux médias, 7:45–7
 CanWest Global Communications Corporation, 7:44
 Choix de publics cibles, 7:37–9, 48–9
 Conseils de presse, 7:39, 43
 Convergence du multimédia, 7:41
 Écoles de journalisme, 7:45–6
 Éditeurs et professionnels, 7:36, 48
 Études et rapports, 7:37–8
 Frais d'impression et distribution, 7:38
 Industrie de la publicité, 7:40, 42–3, 49
 Interventions gouvernementales, 7:37
 Journalistes, 7:40, 48–50
 Journaux, 7:36
 Journaux indépendants, 7:35, 39–40, 42, 44–6, 48–50
 Lobbying et représentation, 7:35–6, 38, 44–5, 50
 Lois citées, 7:46
 Organismes fédéraux, 7:38
 Presse et médias ethniques, 7:44
 Rédacteur en chef, 7:39, 47
 Sociétés de radiodiffusion, 7:36
 Structure des industries de médias, 7:42, 48

Howse, Bob, rédacteur en chef, *The Chronicle-Herald*

Alphabétisation, apprentissage aux médias, 15:40
 Choix de publics cibles, 15:37
Chronicle-Herald, The, 15:36, 39–40, 51
 Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 15:36
 Conseils de presse, 15:39–40, 55
 Couverture de l'actualité, reportages, 15:41
 Industrie de la publicité, 15:41
 Journalistes, 15:52
 Journaux indépendants, 15:36
 Rédacteur en chef, 15:55
 Structure des industries de médias, 15:36, 55

Hughes, Lesley (Présentation personnelle)

Association canadienne des journalistes, 9:80
 Convergence du multimédia, 9:80, 82
 Couverture de l'actualité, reportages, 9:80–1
 Écoles de journalisme, 9:80
 Éditeurs et professionnels, 9:82
 Journalistes, 9:81–2
 Journaux, 9:80–2
 Périodiques cités, 9:80
 Rédacteur en chef, 9:82
 Shaw Communications Inc., 9:82
 Société Radio-Canada (SRC), 9:82
 Structure des industries de médias, 9:81

Hulays, Rafah (Présentation personnelle)

Agences de nouvelles, 6:141
 CanWest Global Communications Corporation, 6:140–1, 145
 Convergence du multimédia, 6:140, 145
 Couverture de l'actualité, reportages, 6:140–1
 Interventions gouvernementales, 6:145
 Monopolisation des médias, 6:140–1, 145
 Multiculturalisme, 6:141

Hulays, Rafah (Personal communication) – Cont'd

News editor, 6:141
News services, 6:141

Hunter, Patrick, Director of Communications, Canadian Race Relations Foundation (CRRF)

Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 4:129
Cited laws, 4:129
Government intervention, 4:129
Journalists, 4:126
Lobbying and representation, 4:128
Local television stations, 4:126
Media industry structure, 4:129
Media literacy, 4:126
Publishers and professionals, 4:126, 128
TVOntario, 4:126

Hurst, Robert G., President, CTV News

Audience targeting, 21:11–13, 19, 27–30
Broadcast media, 21:12, 16, 19–20, 28–30, 32
Broadcasting companies, 21:11, 15–16, 19, 24–6, 29
Canadian Broadcast Standards Council (CBSC), 21:22–3, 34
Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 21:10, 13, 16, 25
Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 21:12–14, 17, 22–4, 26–7, 33–4
Cited laws, 21:13
CTV News, 21:9–34
Globe and Mail, The, 21:31–2, 34
Government intervention, 21:17
Information technology, 21:11, 13, 32–3
Journalists, 21:10, 17, 20–2, 31
Local television stations, 21:24–5
Media industry structure, 21:27, 30, 32
Media literacy, 21:20
Media monopolies, 21:15
Multi-media convergence, 21:10–11, 15, 26, 32
News coverage, features, 21:10–11, 22
News editor, 21:34
News services, 21:17, 33
Newspapers, 21:19–20
Publishers and professionals, 21:12, 15, 27
Studies and reports, 21:33

Hushley, Del (Personal communication)

Broadcasting companies, 5:105
CanWest Global Communications Corporation, 5:105
Multi-media convergence, 5:104–6
News editor, 5:104

Hwo, Winnie, News and Current Affairs Director, Western Canada, Fairchild Television Ltd.

Broadcast media, 6:202–3, 207, 209
Canadian Broadcast Standards Council (CBSC), 6:207
Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 6:204–5, 207
Cited laws, 6:204
Ethnic press and media, 6:201–6, 208–12
Journalists, 6:207, 212
Lobbying and representation, 6:201–13
Local television stations, 6:202, 204, 206–7
Multiculturalism, 6:202–3, 205, 208–12

Hulays, Rafah (Présentation personnelle) – Suite

Rédacteur en chef, 6:141
Structure des industries de médias, 6:140–1, 145

Hunter, Patrick, directeur des communications, Fondation canadienne des relations raciales (FCRR)

Alphabétisation, apprentissage aux médias, 4:126
Éditeurs et professionnels, 4:126, 128
Interventions gouvernementales, 4:129
Journalistes, 4:126
Lobbying et représentation, 4:128
Lois citées, 4:129
Société Radio-Canada (SRC), 4:129
Stations de télévision locales, 4:126
Structure des industries de médias, 4:129
TVOntario, 4:126

Hurst, Robert G., président, CTV News

Agences de nouvelles, 21:17, 33
Alphabétisation, apprentissage aux médias, 21:20
Choix de publics cibles, 21:11–13, 19, 27–30
Conseil canadien des normes de la radiotélévision (CCN) 21:22–3, 34
Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 21:12–14, 17, 22–4, 26–7, 33–4
Convergence du multimédia, 21:10–11, 15, 26, 32
Couverture de l'actualité, reportages, 21:10–11, 22
CTV News, 21:9–34
Éditeurs et professionnels, 21:12, 15, 27
Études et rapports, 21:33
Globe and Mail, The, 21:31–2, 34
Interventions gouvernementales, 21:17
Journalistes, 21:10, 17, 20–2, 31
Journaux, 21:19–20
Lois citées, 21:13
Monopolisation des médias, 21:15
Radiodiffusion, 21:12, 16, 19–20, 28–30, 32
Rédacteur en chef, 21:34
Société Radio-Canada (SRC), 21:10, 13, 16, 25
Sociétés de radiodiffusion, 21:11, 15–16, 19, 24–6, 29
Stations de télévision locales, 21:23–5
Structure des industries de médias, 21:27, 30, 32
Technologie de l'information, 21:11, 13, 32–3

Hushley, Del (Présentation personnelle)

CanWest Global Communications Corporation, 5:105
Convergence du multimédia, 5:104–6
Rédacteur en chef, 5:104
Sociétés de radiodiffusion, 5:105

Hwo, Winnie, responsable des nouvelles et des affaires d'actualité pour l'Ouest canadien, Fairchild Television Ltd.

Agences de nouvelles, 6:204
Conseil canadien des normes de la radiotélévision (CCN) 6:207
Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 6:204–5, 207
Couverture de l'actualité, reportages, 6:202–4, 207, 209
Éditeurs et professionnels, 6:208, 212
Journalistes, 6:207, 212
Journaux, 6:210–11
Lobbying et représentation, 6:201–13

Hwo, Winnie, News and Current Affairs Director, Western Canada, Fairchild Television Ltd. – *Cont'd*

- News coverage, features, 6:202–4, 207, 209
- News services, 6:204
- Newspapers, 6:210–11
- Publishers and professionals, 6:208, 212

Ingram-Johnson, Janet, Secretary-Treasurer, Media Union of British Columbia

- Advertising industry, 6:12
- Audience targeting, 6:12
- Broadcast media, 6:21
- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 6:12, 21
- CanWest Global Communications Corporation, 6:9–11, 19, 21, 24–5
- Federal government agencies, 6:11
- Government intervention, 6:12
- Journalists, 6:9, 24–5
- Labour unions, 6:8, 10, 13
- Media industry structure, 6:9–12, 18–19
- Media monopolies, 6:12
- Multi-media convergence, 6:9, 11, 20, 25
- News coverage, features, 6:10, 19, 25
- News services, 6:10, 25
- Newspapers, 6:9
- Printing and distribution cost, 6:12
- Publishers and professionals, 6:9
- Studies and reports, 6:10, 18
- Torstar Corporation, 6:9

Jenny, Joan (Personal communication)

- Audience targeting, 6:153
- Broadcast media, 6:153–4
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 6:152
- Information technology, 6:153
- Journalists, 6:156
- Media industry structure, 6:153
- News coverage, features, 6:153
- Shaw Communications Inc., 6:153

Johnson, Donald (Personal communication)

- Advertising industry, 8:50
- Journalism schools, 8:52–3
- Journalists, 8:50
- Media industry structure, 8:49–51
- News coverage, features, 8:50–2
- News editor, 8:50–1, 53
- Newspapers, 8:50–1, 53
- Periodicals cited, 8:52
- Press councils, 8:51–3
- Torstar Corporation, 8:51
- United Kingdom, media model, 8:51

Jones, David V. (Personal communication)

- Audience targeting, 14:60–2
- Broadcast media, 14:60
- Canadian Charter of Rights and Freedoms, 14:61
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 14:60–2

Hwo, Winnie, responsable des nouvelles et des affaires d'actualité pour l'Ouest canadien, Fairchild Television Ltd. – *Suite*

- Lois citées, 6:204
- Multiculturalisme, 6:202–3, 205, 208–12
- Presse et médias ethniques, 6:201–6, 208 12
- Radiodiffusion, 6:202–3, 207, 209
- Stations de télévision locales, 6:202, 204, 206–7

Ingram-Johnson, Janet, secrétaire-trésorière, Media Union of British Columbia

- Agences de nouvelles, 6:10, 25
- CanWest Global Communications Corporation, 6:9–11, 19, 21, 24–5
- Choix de publics cibles, 6:12
- Convergence du multimédia, 6:9, 11, 20, 25
- Couverture de l'actualité, reportages, 6:10, 19, 25
- Éditeurs et professionnels, 6:9
- Études et rapports, 6:10, 18
- Frais d'impression et distribution, 6:12
- Industrie de la publicité, 6:12
- Interventions gouvernementales, 6:12
- Journalistes, 6:9, 24–5
- Journaux, 6:9
- Monopolisation des médias, 6:12
- Organismes fédéraux, 6:11
- Radiodiffusion, 6:21
- Société Radio-Canada (SRC), 6:12, 21
- Structure des industries de médias, 6:9–12, 18–19
- Syndicats, 6:8, 10, 13
- Torstar Corporation, 6:9

Jenny, Joan (Présentation personnelle)

- Choix de publics cibles, 6:153
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 6:152
- Couverture de l'actualité, reportages, 6:153
- Journalistes, 6:156
- Radiodiffusion, 6:153–4
- Shaw Communications Inc., 6:153
- Structure des industries de médias, 6:153
- Technologie de l'information, 6:153

Johnson, Donald (Présentation personnelle)

- Conseils de presse, 8:51–3
- Couverture de l'actualité, reportages, 8:50–2
- Écoles de journalisme, 8:52–3
- Industrie de la publicité, 8:50
- Journalistes, 8:50
- Journaux, 8:50–1, 53
- Périodiques cités, 8:52
- Rédacteur en chef, 8:50–1, 53
- Royaume-Uni, modèle de médias, 8:51
- Structure des industries de médias, 8:49–51
- Torstar Corporation, 8:51

Jones, David V. (Présentation personnelle)

- Alphabétisation, apprentissage aux médias, 14:61–2
- Charte canadienne des droits et libertés, 14:61
- Choix de publics cibles, 14:60–2
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 14:60–2

Jones, David V. (Personal communication) – Cont'd

- Information technology, 14:61
- Media literacy, 14:61–2
- News coverage, features, 14:60

Jones, Deborah, Member, Vancouver Chapter, Canadian Association of Journalists (CAJ)

- Advertising industry, 6:31
- Broadcast media, 6:36
- Broadcasting companies, 6:35
- Canadian Association of Journalists (CAJ), 6:30–4, 41–3
- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 6:33, 45
- Canadian Charter of Rights and Freedoms, 6:32–3
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 6:32
- CanWest Global Communications Corporation, 6:32, 34, 36, 42–3
- Financial assistance, 6:30–3, 40
- Globe and Mail, The*, 6:42, 44
- Government intervention, 6:32, 40–1
- Information technology, 6:44–6
- Intellectual property, 6:44
- Journalists, 6:31–2, 34, 36, 42
- Lobbying and representation, 6:31
- Media industry structure, 6:36
- Media literacy, 6:39–40, 45
- Media monopolies, 6:32–3
- Multi-media convergence, 6:35
- News coverage, features, 6:41
- News editor, 6:35
- News services, 6:30
- Newspapers, 6:42, 44
- Periodicals cited, 6:30–1, 36, 41

Kierans, Kim (Personal communication)

- Advertising industry, 3:51
- Audience targeting, 3:40, 44
- Broadcast media, 3:48
- Brunswick News Inc. (BNI), 3:42–3, 52
- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 3:40–1, 47–8
- Canadian Community Newspapers Association (CCNA), 3:40, 42
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 3:48
- Federal government agencies, 3:51
- Financial assistance, 3:44, 51
- Globe and Mail, The*, 3:42
- Government intervention, 3:44, 50–1
- Independent newspapers, 3:40–1, 51
- Information technology, 3:46, 48
- Journalism schools, 3:41
- Journalists, 3:40, 42, 45–6
- Lobbying and representation, 3:44
- Local television stations, 3:40
- Media industry structure, 3:49
- Media monopolies, 3:39, 41, 48
- Multi-media convergence, 3:40, 42–5, 47–9, 53
- News coverage, features, 3:48–9
- News editor, 3:43–4, 47
- Newspapers, 3:40–4, 46, 49–51
- Printing and distribution cost, 3:43–4, 50, 52
- Publishers and professionals, 3:39, 41, 45, 49

Jones, David V. (Présentation personnelle) – Suite

- Couverture de l'actualité, reportages, 14:60
- Radiodiffusion, 14:60
- Technologie de l'information, 14:61

Jones, Deborah, membre, chapitre de Vancouver, Association canadienne des journalistes

- Agences de nouvelles, 6:30
- Aide financière, 6:30–3, 40
- Alphabétisation, apprentissage aux médias, 6:39–40, 45
- Association canadienne des journalistes, 6:30–4, 41–3
- CanWest Global Communications Corporation, 6:32, 34, 42–3
- Charte canadienne des droits et libertés, 6:32–3
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 6:32
- Convergence du multimédia, 6:35
- Couverture de l'actualité, reportages, 6:41
- Globe and Mail, The*, 6:42, 44
- Industrie de la publicité, 6:31
- Interventions gouvernementales, 6:32, 40–1
- Journalistes, 6:31–2, 34, 36, 42
- Journaux, 6:42, 44
- Lobbying et représentation, 6:31
- Monopolisation des médias, 6:32–3
- Périodiques cités, 6:30–1, 36, 41
- Propriété intellectuelle, 6:44
- Radiodiffusion, 6:36
- Rédacteur en chef, 6:35
- Société Radio-Canada (SRC), 6:33, 45
- Sociétés de radiodiffusion, 6:35
- Structure des industries de médias, 6:36
- Technologie de l'information, 6:44–6

Kierans, Kim (Présentation personnelle)

- Aide financière, 3:44, 51
- Brunswick News Inc. (BNI), 3:42–3, 52
- Canadian Community Newspapers Association (CCNA), 3:40, 42
- Choix de publics cibles, 3:40, 44
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 3:48
- Convergence du multimédia, 3:40, 42–5, 47–9, 53
- Couverture de l'actualité, reportages, 3:48–9
- Écoles de journalisme, 3:41
- Éditeurs et professionnels, 3:39, 41, 45, 49
- Études et rapports, 3:42
- Frais d'impression et distribution, 3:43–4, 50, 52
- Globe and Mail, The*, 3:42
- Industrie de la publicité, 3:51
- Interventions gouvernementales, 3:44, 50–1
- Journalistes, 3:40, 42, 45–6
- Journaux, 3:40–4, 46, 49–51
- Journaux indépendants, 3:40–1, 51
- Lobbying et représentation, 3:44
- Monopolisation des médias, 3:39, 41, 48
- Organismes fédéraux, 3:51
- Radiodiffusion, 3:48
- Rédacteur en chef, 3:43–4, 47
- Société Radio-Canada (SRC), 3:40–1, 47–8
- Stations de télévision locales, 3:40
- Structure des industries de médias, 3:49

Kierans, Kim (Personal communication) – Cont'd
Studies and reports, 3:42

Kist, Tim, Director of Marketing, Aboriginal Peoples Television Network (APTN)

Aboriginal Peoples Television Network (APTN), 9:70–1, 73
Advertising industry, 9:70–1
Audience targeting, 9:71
Broadcast media, 9:70
Canadian Association of Broadcasters (CAB), 9:73
Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 9:73
Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 9:70
CTV News, 9:73
Journalists, 9:73

Kvarnstrom, Peter, President, Canadian Community Newspapers Association (CCNA)

Advertising industry, 6:59–62, 65, 68
Audience targeting, 6:59–60, 65–6, 70
Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 6:62
Ethnic press and media, 6:58, 69
Federal government agencies, 6:60, 62, 70
Financial assistance, 6:59, 61–2
Government intervention, 6:70
Independent newspapers, 6:59, 65, 67–8, 70
Journalists, 6:64
Lobbying and representation, 6:58–70
Media industry structure, 6:62, 67
Multiculturalism, 6:58
Multi-media convergence, 6:60, 62
News coverage, features, 6:66–7, 70
News editor, 6:68
News services, 6:58–9, 68–9
Newspapers, 6:68–9
Press councils, 6:63
Printing and distribution cost, 6:59
Publishers and professionals, 6:60
Torstar Corporation, 6:68

Lagacé, Jacques, General Manager of Corporate Affairs, Télé-Québec

Audience targeting, 5:137
Broadcast media, 5:138, 142, 145
Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 5:140
Financial assistance, 5:139–40
House of Commons Standing Committees, 5:139, 142
Media industry structure, 5:144–5
Media literacy, 5:137, 142
Multiculturalism, 5:143
News services, 5:139
Télé-Québec, 5:137–45
TVOntario, 5:139–40, 142–3, 145

Landolt, Gwen, National Vice-President, REAL Women of Canada

Audience targeting, 4:24–5, 28
Broadcast media, 4:24, 30–1, 34
Broadcasting companies, 4:25, 28

Kierans, Kim (Présentation personnelle) -- Suite
Technologie de l'information, 3:46, 48

Kist, Tim, directeur du marketing, Aboriginal Peoples Television Network (APTN)

Aboriginal Peoples Television Network (APTN), 9:70–1, 73
Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR), 9:73
Choix de publics cibles, 9:71
Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 9:70
CTV News, 9:73
Industrie de la publicité, 9:70–1
Journalistes, 9:73
Radiodiffusion, 9:70
Société Radio-Canada (SRC), 9:73

Kvarnstrom, Peter, président, Canadian Community Newspapers Association (CCNA)

Agences de nouvelles, 6:58–9, 68–9
Aide financière, 6:59, 61–2
Choix de publics cibles, 6:59–60, 65–6, 70
Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 6:62
Conseils de presse, 6:63
Convergence du multimédia, 6:60, 62
Couverture de l'actualité, reportages, 6:66–7, 70
Éditeurs et professionnels, 6:60
Frais d'impression et distribution, 6:59
Industrie de la publicité, 6:59–62, 65, 68
Interventions gouvernementales, 6:70
Journalistes, 6:64
Journaux, 6:68–9
Journaux indépendants, 6:59, 65, 67–8, 70
Lobbying et représentation, 6:58–70
Multiculturalisme, 6:58
Organismes fédéraux, 6:60, 62, 70
Presse et médias ethniques, 6:58, 69
Rédacteur en chef, 6:68
Structure des industries de médias, 6:62, 67
Torstar Corporation, 6:68

Lagacé, Jacques, directeur général des Affaires institutionnelles, Télé-Québec

Agences de nouvelles, 5:139
Aide financière, 5:139–40
Alphabétisation, apprentissage aux médias, 5:137, 142
Chambre des communes, Comités permanents, 5:139, 142
Choix de publics cibles, 5:137
Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 5:140
Multiculturalisme, 5:143
Radiodiffusion, 5:138, 142, 145
Structure des industries de médias, 5:144–5
Télé-Québec, 5:137–45
TVOntario, 5:139–40, 142–3, 145

Landolt, Gwen, vice-présidente nationale, REAL Women of Canada

Agences de nouvelles, 4:32
Alphabétisation, apprentissage aux médias, 4:32
Charte canadienne des droits et libertés, 4:23
Choix de publics cibles, 4:24–5, 28

Landolt, Gwen, National Vice-President, REAL Women of Canada – Cont'd

- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 4:23–5, 27–31, 33, 36
- Canadian Charter of Rights and Freedoms, 4:23
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 4:23–7, 29, 33, 35
- Cited court decisions, 4:23
- Cited laws, 4:24
- CTV News, 4:27–8, 36
- Government intervention, 4:26
- Information technology, 4:25
- Journalists, 4:24, 34
- Lobbying and representation, 4:23, 29–31
- Local television stations, 4:25, 35
- Media industry structure, 4:24, 34–6
- Media literacy, 4:32
- Media monopolies, 4:34
- News coverage, features, 4:26–7, 31–3, 35
- News services, 4:32
- Studies and reports, 4:33

Lanthier, Sylviane, Director and Editor in Chief, *La Liberté*

- Audience targeting, 9:38, 42–3
- Ethnic press and media, 9:37–40, 42–3
- Government intervention, 9:38–42
- House of Commons Standing Committees, 9:40
- Independent newspapers, 9:37–40
- Information technology, 9:40, 43
- Journalists, 9:42
- Lobbying and representation, 9:37–9, 41–3
- Multiculturalism, 9:38, 43
- News services, 9:38–9

Lapierre, Jean C. (The Hon.), P.C., M.P., Minister of Transport

- Act to amend the Canada Shipping Act, the Canada Shipping Act, 2001, the Canada National Marine Conservation Areas Act and the Oceans Act, 20:29–31, 33, 35
- Agreements cited, 20:38
- Aviation industry, 10:34–6, 51
- Bill C-3, An Act to amend the Canada Shipping Act, the Canada Shipping Act, 2001, the Canada National Marine Conservation Areas Act and the Oceans Act, 20:30
- Bill C-4, An Act to implement the Convention on International Interests in Mobile Equipment and the Protocol to the Convention on International Interests in Mobile Equipment on Matters Specific to Aircraft Equipment, 10:34, 36–8
- Bill S-31, An Act to authorize the construction and maintenance of a bridge over the St. Lawrence River and a bridge over the Beauharnois Canal for the purpose of completing Highway 30, 20:36–9, 42
- Canadian Coast Guard (CCG), 20:29–30, 32–4
- Cited laws, 10:34, 37, 54
- Government intervention, 10:32–3; 20:32, 34–8, 40, 44
- Highway 30 Completion Bridges Act, 20:36–44
- Information technology, 10:37
- International Interests in Mobile Equipment (aircraft equipment) Act, 10:34–9, 44, 48, 50–1, 54
- Transport Canada, 10:32–4, 54; 20:29–31, 34–5, 39–42, 44
- Water transport industry, 20:29–30, 32–6

Landolt, Gwen, vice-présidente nationale, REAL Women of Canada – Suite

- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 4:23–7, 29, 33, 35
- Couverture de l'actualité, reportages, 4:26–7, 31–3, 35
- CTV News, 4:27–8, 36
- Décisions des tribunaux, 4:23
- Études et rapports, 4:33
- Interventions gouvernementales, 4:26
- Journalistes, 4:24, 34
- Lobbying et représentation, 4:23, 29–31
- Lois citées, 4:24
- Monopolisation des médias, 4:34
- Radiodiffusion, 4:24, 30–1, 34
- Société Radio-Canada (SRC), 4:23–5, 27–31, 33, 36
- Sociétés de radiodiffusion, 4:25, 28
- Stations de télévision locales, 4:25, 35
- Structure des industries de médias, 4:24, 34–6
- Technologie de l'information, 4:25

Lanthier, Sylviane, directrice et rédactrice en chef, *La Liberté*

- Agences de nouvelles, 9:38–9
- Chambre des communes, Comités permanents, 9:40
- Choix de publics cibles, 9:38, 42–3
- Interventions gouvernementales, 9:38–42
- Journalistes, 9:42
- Journaux indépendants, 9:37–40
- Lobbying et représentation, 9:37–9, 41–3
- Multiculturalisme, 9:38, 43
- Presse et médias ethniques, 9:37–40, 42–3
- Technologie de l'information, 9:40, 43

Lapierre, Jean C. (L'hon), C.P., député, ministre des Transports

- Accords cités, 20:38
- Garde côtière canadienne (GCC), 20:29–30, 32–4
- Industrie de l'aéronautique, 10:34–6, 51
- Industrie du transport maritime, 20:29–30, 32–6
- Interventions gouvernementales, 10:32–3; 20:32, 34–8, 44
- Loi modifiant la Loi sur la marine marchande du Canada
- Loi de 2001 sur la marine marchande du Canada, la Loi sur les aires marines nationales de conservation du Canada
- Loi sur les océans, 20:29–31, 33, 35
- Loi sur les garanties internationales portant sur des matériels d'équipement mobiles (matériels d'équipement aéronautiques), 10:34–9, 44, 48, 50–1, 54
- Loi sur les ponts nécessaires au parachèvement du l'au
- 30, 20:36–44
- Lois citées, 10:34, 37, 54
- Projet de loi C-3, Loi modifiant la Loi sur la marine marchande du Canada, la Loi de 2001 sur la marine marchande du Canada, la Loi sur les aires marines nationales de conservation du Canada et la Loi sur les océans, 20:

- Larivière, Louis, Publicity Representative at *La Presse*,
President of the Syndicat des travailleurs de l'information de
La Presse, Regroupement des syndicats de Gesca**
Advertising industry, 5:113
Media industry structure, 5:113
Newspapers, 5:113
- LaRose, Jean, Chief Executive Officer, Aboriginal Peoples
Television Network (APTN)**
Aboriginal Peoples Television Network (APTN), 9:63–71,
75–8
Audience targeting, 9:63–7, 76–7
Broadcast media, 9:63, 66, 68–9
Canadian Association of Broadcasters (CAB), 9:65
Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 9:64
Canadian Charter of Rights and Freedoms, 9:77
Canadian Radio-television and Telecommunications
Commission (CRTC), 9:63–4, 67–8, 77
Cited laws, 9:67–8
Ethnic press and media, 9:68, 77
Government intervention, 9:75
House of Commons Standing Committees, 9:68
Information technology, 9:69
Journalism schools, 9:75
Journalists, 9:65, 71, 73–4
Media literacy, 9:75
Multiculturalism, 9:63–4, 66, 76
Newspapers, 9:66
Studies and reports, 9:65
- Larouche, Chantale, President, Fédération nationale des
communications (FNC)**
Audience targeting, 5:128
Broadcast media, 5:130
Broadcasting companies, 5:124–5
Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 5:124–30
Canadian Radio-television and Telecommunications
Commission (CRTC), 5:123–5, 130–1
CanWest Global Communications Corporation, 5:124
Federal government agencies, 5:125
Financial assistance, 5:125
Government intervention, 5:123, 125–6, 130–1
House of Commons Standing Committees, 5:130–1
Labour unions, 5:122–7, 129, 131
Media industry structure, 5:122–5, 129–31
Media monopolies, 5:125, 130
- Lapierre, Jean C. (L'hon), C.P., député, ministre des
Transports -- Suite**
Projet de loi C-4, Loi de mise en œuvre de la Convention
relative aux garanties internationales portant sur des matériels
d'équipement mobiles et du Protocole portant sur les
questions spécifiques aux matériels d'équipement
aéronautiques à la Convention relative aux garanties
internationales portant sur les matériels d'équipement
mobiles, 10:34, 36–8
Projet de loi S-31, Loi autorisant la construction et l'entretien
d'un pont franchissant le fleuve Saint-Laurent et d'un pont
franchissant le canal de Beauharnois en vue du
parachèvement de l'autoroute 30, 20:36–9, 42
Technologie de l'information, 10:37
Transports Canada, 10:32–4, 54; 20:29–31, 34–5, 39–42, 44
- Larivière, Louis, représentant publicitaire à *La Presse*,
président du Syndicat des travailleurs de l'information de *La
Presse*, Regroupement des syndicats de Gesca**
Industrie de la publicité, 5:113
Journaux, 5:113
Structure des industries de médias, 5:113
- LaRose, Jean, directeur général, Aboriginal Peoples
Television Network (APTN)**
Aboriginal Peoples Television Network (APTN), 9:63–71,
75–8
Alphabétisation, apprentissage aux médias, 9:75
Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR), 9:65
Chambre des communes, Comités permanents, 9:68
Charte canadienne des droits et libertés, 9:77
Choix de publics cibles, 9:63–7, 76–7
Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications
canadiennes (CRTC), 9:63–4, 67–8, 77
Écoles de journalisme, 9:75
Études et rapports, 9:65
Interventions gouvernementales, 9:75
Journalistes, 9:65, 71, 73–4
Journaux, 9:66
Lois citées, 9:67–8
Multiculturalisme, 9:63–4, 66, 76
Presse et médias ethniques, 9:68, 77
Radiodiffusion, 9:63, 66, 68–9
Société Radio-Canada (SRC), 9:64
Technologie de l'information, 9:69
- Larouche, Chantale, présidente, Fédération nationale des
communications (FNC)**
Aide financière, 5:125
CanWest Global Communications Corporation, 5:124
Chambre des communes, Comités permanents, 5:130–1
Choix de publics cibles, 5:128
Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications
canadiennes (CRTC), 5:123–5, 130–1
Convergence du multimédia, 5:123–4, 126
Interventions gouvernementales, 5:123, 125–6, 130–1
Monopolisation des médias, 5:125, 130
Multiculturalisme, 5:129
Organismes fédéraux, 5:125
Radiodiffusion, 5:130
Société Radio-Canada (SRC), 5:124–30
Sociétés de radiodiffusion, 5:124–5

Larouche, Chantale, President, Fédération nationale des communications (FNC) – *Cont'd*

- Multiculturalism, 5:129
- Multi-media convergence, 5:123–4, 126
- Télé-Québec, 5:125, 129–30

Lauzon, Gilles, General Counsel, International Aviation Law Secretariat, Justice Canada

- Aviation industry, 10:42, 46–50, 52–4
- Bill C-4, An Act to implement the Convention on International Interests in Mobile Equipment and the Protocol to the Convention on International Interests in Mobile Equipment on Matters Specific to Aircraft Equipment, 10:52
- Cited laws, 10:39, 48
- Export Development Canada (EDC), 10:43
- Federal government agencies, 10:39
- Information technology, 10:46–7
- International Interests in Mobile Equipment (aircraft equipment) Act, 10:39–43, 47–9, 51–4
- Studies and reports, 10:52–3

Lawford, John, Legal Counsel, Public Interest Advocacy Centre (PIAC)

- Act to amend the Telecommunications Act, 23:56–62
- Advertising industry, 23:60
- Audience targeting, 23:60
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 23:56–8, 60–1
- House of Commons Standing Committees, 23:61
- Lobbying and representation, 23:56–62
- Media literacy, 23:56, 59–60, 62

Lawrence, Jason (Personal communication)

- Broadcasting companies, 16:65
- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 16:67
- Information technology, 16:65
- Intellectual property, 16:65–6
- Journalists, 16:65, 68
- Media monopolies, 16:66–7
- Multiculturalism, 16:66
- Multi-media convergence, 16:65–8
- News coverage, features, 16:65–8
- Studies and reports, 16:66

LeBlanc, Charles (Personal communication)

- Audience targeting, 17:130
- Brunswick News Inc. (BNI), 17:133
- Canadian Charter of Rights and Freedoms, 17:132–3
- Journalism schools, 17:133
- Media industry structure, 17:130
- Media literacy, 17:132
- Media monopolies, 17:131, 133
- Multi-media convergence, 17:132
- News coverage, features, 17:131–2
- News editor, 17:131–2
- Newspapers, 17:131
- Press councils, 17:131
- Publishers and professionals, 17:131–3

Larouche, Chantale, présidente, Fédération nationale des communications (FNC) – *Suite*

- Structure des industries de médias, 5:122–5, 129–31
- Syndicats, 5:122–7, 129, 131
- Télé-Québec, 5:125, 129–30

Lauzon, Gilles, avocat général, Secrétariat pour le droit aérien international, Justice Canada

- Études et rapports, 10:52–3
- Exportation et développement Canada (EDC), 10:43
- Industrie de l'aéronautique, 10:42, 46–50, 52–4
- Loi sur les garanties internationales portant sur les matériels d'équipement mobiles (matériels d'équipement aéronautiques), 10:39–43, 47–9, 51–4
- Lois citées, 10:39, 48
- Organismes fédéraux, 10:39
- Projet de loi C-4, Loi de mise en œuvre de la Convention relative aux garanties internationales portant sur des matériels d'équipement mobiles et du Protocole portant sur les questions spécifiques aux matériels d'équipement aéronautiques à la Convention relative aux garanties internationales portant sur les matériels d'équipement mobiles, 10:52
- Technologie de l'information, 10:46–7

Lawford, John, conseiller juridique, Centre pour la défense de l'intérêt public (CDIP)

- Alphabétisation, apprentissage aux médias, 23:56, 59–60
- Chambre des communes, Comités permanents, 23:61
- Choix de publics cibles, 23:60
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 23:56–8, 60–1
- Industrie de la publicité, 23:60
- Lobbying et représentation, 23:56–62
- Loi modifiant la Loi sur les télécommunications, 23:56–

Lawrence, Jason (Présentation personnelle)

- Convergence du multimédia, 16:65–8
- Couverture de l'actualité, reportages, 16:65–8
- Études et rapports, 16:66
- Journalistes, 16:65, 68
- Monopolisation des médias, 16:66–7
- Multiculturalisme, 16:66
- Propriété intellectuelle, 16:65–6
- Société Radio-Canada (SRC), 16:67
- Sociétés de radiodiffusion, 16:65
- Technologie de l'information, 16:65

LeBlanc, Charles (Présentation personnelle)

- Alphabétisation, apprentissage aux médias, 17:132
- Brunswick News Inc. (BNI), 17:133
- Charte canadienne des droits et libertés, 17:132–3
- Choix de publics cibles, 17:130
- Conseils de presse, 17:131
- Convergence du multimédia, 17:132
- Couverture de l'actualité, reportages, 17:131–2
- Écoles de journalisme, 17:133
- Éditeurs et professionnels, 17:131–3
- Journaux, 17:131
- Monopolisation des médias, 17:131, 133
- Rédacteur en chef, 17:131–2
- Structure des industries de médias, 17:130

**LeBreton, Clarence, President of the Board of Directors,
L'Acadie Nouvelle**

Audience targeting, 17:91, 101
Broadcasting companies, 17:92
Canadian Charter of Rights and Freedoms, 17:90
Canadian Radio-television and Telecommunications
Commission (CRTC), 17:91-2
Ethnic press and media, 17:90-2, 96-7, 99-100
Independent newspapers, 17:91, 96
Journalism schools, 17:92, 95
Lobbying and representation, 17:90-2, 95-7, 99-100
Media industry structure, 17:92
Media monopolies, 17:92
Multiculturalism, 17:90-1
News editor, 17:91
Newspapers, 17:96
Printing and distribution cost, 17:90-1, 96, 99-100

**Leclerc, Martin, President, Syndicat des travailleurs de
l'information du Journal de Montréal**

Advertising industry, 5:49
Broadcasting companies, 5:37-49, 51
Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 5:39, 50
Canadian Radio-television and Telecommunications
Commission (CRTC), 5:37-8, 41, 43-4, 48, 51-2
Information technology, 5:43
Intellectual property, 5:38-9
Journalists, 5:39, 41, 43, 46, 48, 51
Labour unions, 5:37-47, 49, 52
Local television stations, 5:37-9, 44-5, 47, 50-1
Media industry structure, 5:37-42, 44-6
Media monopolies, 5:37, 41, 45
Multiculturalism, 5:47
Multi-media convergence, 5:40-3, 46-8, 50
News coverage, 5:50-1
News editor, 5:38-41, 44, 50
Newspapers, 5:38, 44, 46-7, 49-52
Press councils, 5:39, 47
Publishers and professionals, 5:42-3, 49

Lee, Philip (Personal communication)

Audience targeting, 17:40, 42, 48, 51
Broadcast media, 17:45
Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 17:39-41
Canadian Charter of Rights and Freedoms, 17:39
Globe and Mail, The, 17:48
Government intervention, 17:40, 42
Independent newspapers, 17:38, 46
Information technology, 17:41, 45
Journalism schools, 17:37-9, 41-6, 49-50
Journalists, 17:37, 39, 42, 45
Media industry structure, 17:40, 47
Media literacy, 17:41-2, 52
Media monopolies, 17:40, 47-52
Multi-media convergence, 17:40-1, 52
News coverage, features, 17:38, 46-7
News editor, 17:47, 50
Newspapers, 17:37-8, 40, 46-51
Periodicals cited, 17:42
Publishers and professionals, 17:38-40, 46-51

**LeBreton, Clarence, président du Conseil d'administration,
L'Acadie Nouvelle**

Charte canadienne des droits et libertés, 17:90
Choix de publics cibles, 17:91, 101
Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications
canadiennes (CRTC), 17:91-2
Écoles de journalisme, 17:92, 95
Frais d'impression et distribution, 17:90-1, 96, 99-100
Journaux, 17:96
Journaux indépendants, 17:91, 96
Lobbying et représentation, 17:90-2, 95-7, 99-100
Monopolisation des médias, 17:92
Multiculturalisme, 17:90-1
Presse et médias ethniques, 17:90-2, 96-7, 99-100
Rédacteur en chef, 17:91
Sociétés de radiodiffusion, 17:92
Structure des industries de médias, 17:92

**Leclerc, Martin, président, Syndicat des travailleurs de
l'information du Journal de Montréal**

Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications
canadiennes (CRTC), 5:37-8, 41, 43-4, 48, 51-2
Conseil de presse, 5:39, 47
Convergence du multimédia, 5:40-3, 46-8, 50
Couverture de l'actualité, reportages, 5:50-1
Éditeurs et professionnels, 5:42-3, 49
Industrie de la publicité, 5:49
Journalistes, 5:39, 41, 43, 46, 48, 51
Journaux, 5:38, 44, 46-7, 49-52
Monopolisation des médias, 5:37, 41, 45
Multiculturalisme, 5:47
Propriété intellectuelle, 5:38-9
Rédacteur en chef, 5:38-41, 44, 50
Société Radio-Canada (SRC), 5:39, 50
Sociétés de radiodiffusion, 5:37-49, 51
Stations de télévision locales, 5:37-9, 44-5, 47, 50-1
Structure des industries de médias, 5:37-42, 44-6
Syndicats, 5:37-47, 49, 52
Technologie de l'information, 5:43

Lee, Philip (Présentation personnelle)

Alphabétisation, apprentissage aux médias, 17:41-2, 52
Charte canadienne des droits et libertés, 17:39
Choix de publics cibles, 17:40, 42, 48, 51
Convergence du multimédia, 17:40-1, 52
Couverture de l'actualité, reportages, 17:38, 46-7
Écoles de journalisme, 17:37-9, 41-6, 49-50
Éditeurs et professionnels, 17:38-40, 46-51
Globe and Mail, The, 17:48
Interventions gouvernementales, 17:40, 42
Journalistes, 17:37, 39, 42, 45
Journaux, 17:37-8, 40, 46-51
Journaux indépendants, 17:38, 46
Monopolisation des médias, 17:40, 47-52
Périodiques cités, 17:42
Radiodiffusion, 17:45
Rédacteur en chef, 17:47, 50
Société Radio-Canada (SRC), 17:39-41
Structure des industries de médias, 17:40, 47
Technologie de l'information, 17:41, 45

Levant, Ezra, Publisher, *Western Standard*

Advertising industry, 2:23, 26, 35
 Audience targeting, 2:22, 28-9
 Broadcast media, 2:31, 36
 Broadcasting companies, 2:32
 Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 2:24-6, 32
 Canadian Charter of Rights and Freedoms, 2:33
 Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 2:23-4, 30-1
 CanWest Global Communications Corporation, 2:26, 34
 Ethnic press and media, 2:32
 Government intervention, 2:22, 25, 34-5
 Independent newspapers, 2:24, 32
 Information technology, 2:22, 27-8, 31-2, 34
 Journalism schools, 2:29-30
 Journalists, 2:26-7, 35
 Lobbying and representation, 2:22-5, 27-9, 32, 35
 Media industry structure, 2:24, 26, 31
 Media literacy, 2:22-3, 27, 31-2
 Media monopolies, 2:24, 26
 Multi-media convergence, 2:24-5
 News coverage, features, 2:27
 Newspapers, 2:34
 Periodicals, 2:22-4, 26, 28-30, 32, 35
 Periodicals cited, 2:24, 29
 Printing and distribution cost, 2:35
 Publishers and professionals, 2:22, 28, 36

Logan, Donna (Personal communication)

Audience targeting, 6:161-2, 174, 178
 Broadcasting companies, 6:175
 Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 6:175
 CanWest Global Communications Corporation, 6:173
 Ethnic press and media, 6:165
 Government intervention, 6:166
 Information technology, 6:166, 169, 173, 180
 Journalism schools, 6:161, 166-8, 173-6
 Journalists, 6:161-3, 166-8, 172, 175, 179
 Media industry structure, 6:165, 168, 171, 173, 181
 Media literacy, 6:162-3, 165-6, 169, 172-3, 180
 Media monopolies, 6:178
 Multiculturalism, 6:161-3, 165, 167
 Multi-media convergence, 6:163, 166
 News coverage, features, 6:176-7
 News services, 6:161-2, 166-8, 170-1, 174, 176
 Newspapers, 6:169, 173-4, 176
 Periodicals cited, 6:172
 Publishers and professionals, 6:162-3, 166-8, 170
 Studies and reports, 6:161-2, 166, 168, 176

Lord, Marie-Linda (Personal communication)

Audience targeting, 18:9, 12, 16, 20, 22-3, 25
 Broadcast media, 18:6-7, 11-12, 17, 19, 20
 Broadcasting companies, 18:14
 Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 18:7, 12, 18-19, 26-7
 Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 18:12, 17, 19
 Ethnic press and media, 18:6-7, 16, 20
 Journalism schools, 18:7-8, 13-15, 18-19
 Journalists, 18:19

Levant, Ezra, éditeur, *Western Standard*

Alphabétisation, apprentissage aux médias, 2:22-3, 27, 34
 CanWest Global Communications Corporation, 2:26, 34
 Charte canadienne des droits et libertés, 2:33
 Choix de publics cibles, 2:22, 28-9
 Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 2:23-4, 30-1
 Convergence du multimédia, 2:24-5
 Couverture de l'actualité, reportages, 2:27
 Écoles de journalisme, 2:29-30
 Éditeurs et professionnels, 2:22, 28, 36
 Frais d'impression et distribution, 2:35
 Industrie de la publicité, 2:23, 26, 35
 Interventions gouvernementales, 2:22, 25, 34-5
 Journalistes, 2:26-7, 35
 Journaux, 2:34
 Journaux indépendants, 2:24, 32
 Lobbying et représentation, 2:22-5, 27-9, 32, 35
 Monopolisation des médias, 2:24, 26
 Périodiques, 2:22-4, 26, 28-30, 32, 35
 Périodiques cités, 2:24, 29
 Presse et médias ethniques, 2:32
 Radiodiffusion, 2:31, 36
 Société Radio-Canada (SRC), 2:24-6, 32
 Sociétés de radiodiffusion, 2:32
 Structure des industries de médias, 2:24, 26, 31
 Technologie de l'information, 2:22, 27-8, 31-2, 34

Logan, Donna (Présentation personnelle)

Agences de nouvelles, 6:161-2, 166-8, 170-1, 174, 178
 Alphabétisation, apprentissage aux médias, 6:162-3, 169, 172-3, 180
 CanWest Global Communications Corporation, 6:173
 Choix de publics cibles, 6:161-2, 174, 178
 Convergence du multimédia, 6:163, 166
 Couverture de l'actualité, reportages, 6:176-7
 Écoles de journalisme, 6:161, 166-8, 173-6
 Éditeurs et professionnels, 6:162-3, 166-8, 170
 Études et rapports, 6:161-2, 166, 168, 176
 Interventions gouvernementales, 6:166
 Journalistes, 6:161-3, 166-8, 172, 175, 179
 Journaux, 6:169, 173-4, 177
 Monopolisation des médias, 6:178
 Multiculturalisme, 6:161-3, 165, 167
 Périodiques cités, 6:172
 Presse et médias ethniques, 6:165
 Société Radio-Canada (SRC), 6:175
 Sociétés de radiodiffusion, 6:175
 Structure des industries de médias, 6:165, 168, 171, 174
 Technologie de l'information, 6:166, 169, 173, 180

Lord, Marie-Linda (Présentation personnelle)

Agences de nouvelles, 18:26
 Alphabétisation, apprentissage aux médias, 18:13-14, 22-3, 26
 Choix de publics cibles, 18:9, 12, 16, 20, 22-3, 25
 Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 18:12, 17, 19
 Convergence du multimédia, 18:6, 9-10, 17
 Couverture de l'actualité, reportages, 18:20
 Écoles de journalisme, 18:7-8, 13-15, 18-19
 Éditeurs et professionnels, 18:5-11, 13, 17-18, 20-5

Lord, Marie-Linda (Personal communication) – Cont'd

- Labour unions, 18:19
- Lobbying and representation, 18:7, 16, 25–6
- Media industry structure, 18:8, 17, 19
- Media literacy, 18:13–14, 16, 22–3, 26
- Media monopolies, 18:5–9, 11, 13–18, 21–4
- Multiculturalism, 18:5–8, 12–13, 15, 19, 22, 24–7
- Multi-media convergence, 18:6, 9–10, 17
- News coverage, features, 18:20
- News editor, 18:10–11
- News services, 18:26
- Newspapers, 18:10–11, 16, 22, 24–5
- Printing and distribution cost, 18:9
- Publishers and professionals, 18:5–11, 13, 17–18, 20–5
- Studies and reports, 18:9

Luis, Derek (Personal communication)

- Aboriginal Peoples Television Network (APTN), 4:79–80
- Audience targeting, 4:79
- Canadian Association of Broadcasters (CAB), 4:76
- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 4:76, 78–80, 82–4
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 4:76
- CanWest Global Communications Corporation, 4:80
- Ethnic press and media, 4:77–8, 80–1
- Federal government agencies, 4:79–80
- Government intervention, 4:75–7, 80
- Journalism schools, 4:77
- Journalists, 4:81–3
- Local television stations, 4:79
- Media industry structure, 4:78
- Multiculturalism, 4:76, 81
- News coverage, features, 4:77
- Publishers and professionals, 4:76–81, 83

Lund, Ron, President and Chief Executive Officer, Association of Canadian Advertisers (ACA)

- Advertising industry, 4:105–9, 111–15
- Audience targeting, 4:106–7, 110–11, 113, 115
- Broadcast media, 4:112
- Broadcasting companies, 4:111, 113
- Canadian Broadcasting Television (CBC), 4:104–5
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 4:105, 107, 111
- Cited laws, 4:106
- Federal government agencies, 4:112
- Information technology, 4:113–14
- Lobbying and representation, 4:104–15
- Local television stations, 4:113
- Media industry structure, 4:105, 114
- Multi-media convergence, 4:113
- Periodicals cited, 4:106
- TVOntario, 4:107

Lylyk, Gerald, Director, Consumer Affairs, Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC)

- Act to amend the Telecommunications Act, 23:28–9, 35
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 23:28–30, 35
- Information technology, 23:35
- Media literacy, 23:29, 35

Lord, Marie-Linda (Présentation personnelle) – Suite

- Études et rapports, 18:9
- Frais d'impression et distribution, 18:9
- Journalistes, 18:19
- Journaux, 18:10–11, 16, 22, 24–5
- Lobbying et représentation, 18:7, 16, 25–6
- Monopolisation des médias, 18:5–9, 11, 13–18, 21–4
- Multiculturalisme, 18:5–8, 12–13, 15, 19, 22, 24–7
- Presse et médias ethniques, 18:6–7, 16, 20
- Radiodiffusion, 18:6–7, 11–12, 17, 19–20
- Rédacteur en chef, 18:10–11
- Société Radio-Canada (SRC), 18:7, 12, 18–19, 26–7
- Sociétés de radiodiffusion, 18:14
- Structure des industries de médias, 18:8, 17, 19
- Syndicats, 18:19

Luis, Derek (Présentation personnelle)

- Aboriginal Peoples Television Network (APTN), 4:79–80
- Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR), 4:76
- CanWest Global Communications Corporation, 4:80
- Choix de publics cibles, 4:79
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 4:76
- Couverture de l'actualité, reportages, 4:77
- Écoles de journalisme, 4:77
- Éditeurs et professionnels, 4:76–81, 83
- Interventions gouvernementales, 4:75–7, 80
- Journalistes, 4:81–3
- Multiculturalisme, 4:76, 81
- Organismes fédéraux, 4:79–80
- Presse et médias ethniques, 4:77–8, 80–1
- Société Radio-Canada (SRC), 4:76, 78–80, 82–4
- Stations de télévision locales, 4:79
- Structure des industries de médias, 4:78

Lund, Ron, président et chef de la direction, Association canadienne des annonceurs (ACA)

- Choix de publics cibles, 4:106–7, 110–11, 113, 115
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 4:105, 107, 111
- Convergence du multimédia, 4:113
- Industrie de la publicité, 4:105–9, 111–15
- Lobbying et représentation, 4:104–15
- Lois citées, 4:106
- Organismes fédéraux, 4:112
- Périodiques cités, 4:106
- Radiodiffusion, 4:112
- Société Radio-Canada (SRC), 4:104–5
- Sociétés de radiodiffusion, 4:111, 113
- Stations de télévision locales, 4:113
- Structure des industries de médias, 4:105, 114
- Technologie de l'information, 4:113–14
- TVOntario, 4:107

Lylyk, Gerald, directeur, Consommation, Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC)

- Alphabétisation, apprentissage aux médias, 23:29, 35
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 23:28–30, 35
- Loi modifiant la Loi sur les télécommunications, 23:28–9, 35

MacDonald, Joanne, Vice-President, CTV News

Audience targeting, 21:18
 Broadcast media, 21:20
 CTV News, 21:17-18, 20-1, 28-9
 Journalism schools, 21:28-9
 Multiculturalism, 21:18

MacDonald, Sarah, Director of Programming, Television and New Media, Knowledge Network

Audience targeting, 6:91-2, 94
 Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 6:87
 Federal government agencies, 6:87
 Knowledge Network, 6:87, 89, 91-4
 Media industry structure, 6:91
 Media literacy, 6:93
 TVOntario, 6:94

MacDougall, Gary, Managing Editor, *The Guardian*

Audience targeting, 17:26, 31-2
 Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 17:31
 Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 17:27
 CanWest Global Communications Corporation, 17:35
Chronicle-Herald, The, 17:27
 Government intervention, 17:27, 29, 34
Guardian, The, 17:24-37
 Information technology, 17:25-6
 Journalists, 17:27, 30, 32
 Media industry structure, 17:24-6, 28, 30
 Media literacy, 17:24-5, 30
 Media monopolies, 17:26-9, 33-4
 Multiculturalism, 17:32
 Multi-media convergence, 17:26
 News coverage, features, 17:25, 30-1, 33
 News editor, 17:24-5, 28, 30-3, 35
 News services, 17:29, 35
 Newspapers, 17:27-8, 34-5
 Printing and distribution cost, 17:36
 Publishers and professionals, 17:27-9, 33-5

MacKenzie, Donald G. (Personal communication)

Audience targeting, 6:147
 Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 6:151
 Ethnic press and media, 6:147-8, 151
 Government intervention, 6:148
 Media industry structure, 6:151
 Printing and distribution cost, 6:148
 Publishers and professionals, 6:151

MacKinnon, James (Personal communication)

CanWest Global Communications Corporation, 6:135
 Government intervention, 6:135
 Lobbying and representation, 6:135
 Media industry structure, 6:134, 137
 Media monopolies, 6:135
 Multi-media convergence, 6:134, 136, 139

Lylyk, Gerald, directeur, Consommation, Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) -- Suite

Technologie de l'information, 23:35

MacDonald, Joanne, vice-présidente, CTV News

Choix de publics cibles, 21:18
 CTV News, 21:17-18, 20-1, 28-9
 Écoles de journalisme, 21:28-9
 Multiculturalisme, 21:18
 Radiodiffusion, 21:20

MacDonald, Sarah, directrice de la programmation, télévision et nouveaux médias, Knowledge Network

Alphabétisation, apprentissage aux médias, 6:93
 Choix de publics cibles, 6:91-2, 94
 Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 6:87
 Knowledge Network, 6:87, 89, 91-4
 Organismes fédéraux, 6:87
 Structure des industries de médias, 6:91
 TVOntario, 6:94

MacDougall, Gary, rédacteur en chef, *The Guardian*

Agences de nouvelles, 17:29, 35
 Alphabétisation, apprentissage aux médias, 17:24-5, 30
 CanWest Global Communications Corporation, 17:35
 Choix de publics cibles, 17:26, 31-2
Chronicle-Herald, The, 17:27
 Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 17:27
 Convergence du multimédia, 17:26
 Couverture de l'actualité, reportages, 17:25, 30-1, 33
 Éditeurs et professionnels, 17:27-9, 33-5
 Frais d'impression et distribution, 17:36
Guardian, The, 17:24-37
 Interventions gouvernementales, 17:27, 29, 34
 Journalistes, 17:27, 30, 32
 Journaux, 17:27-8, 34-5
 Monopolisation des médias, 17:26-9, 33-4
 Multiculturalisme, 17:32
 Rédacteur en chef, 17:24-5, 28, 31-3, 35
 Société Radio-Canada (SRC), 17:31
 Structure des industries de médias, 17:24-6, 28, 30
 Technologie de l'information, 17:25-6

MacKenzie, Donald G. (Présentation personnelle)

Choix de publics cibles, 6:147
 Éditeurs et professionnels, 6:151
 Frais d'impression et distribution, 6:148
 Interventions gouvernementales, 6:148
 Presse et médias ethniques, 6:147-8, 151
 Société Radio-Canada (SRC), 6:151
 Structure des industries de médias, 6:151

MacKinnon, James (Présentation personnelle)

CanWest Global Communications Corporation, 6:135
 Convergence du multimédia, 6:134, 136, 139
 Études et rapports, 6:139
 Interventions gouvernementales, 6:135
 Lobbying et représentation, 6:135
 Monopolisation des médias, 6:135

MacKinnon, James (Personal communication) – Cont'd

Studies and reports, 6:139

MacMillan, Conrad, Associate Publisher, *Farmers' Independent Weekly*

Advertising industry, 9:12
Audience targeting, 9:9–10, 12
Federal government agencies, 9:9
Government intervention, 9:10, 12
Independent newspapers, 9:8–9, 12
Lobbying and representation, 9:8–10, 12
Newspapers, 9:9
Printing and distribution cost, 9:9–10

Maltais, Robert, Secretary General, Quebec Press Council

Audience targeting, 5:187
Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 5:181, 185
Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 5:184, 189
Media industry structure, 5:182, 189–90
News coverage, features, 5:181, 187
Newspapers, 5:181, 185
Press councils, 5:177, 181–3, 186–92
Publishers and professionals, 5:188

Mandaville, Shalom (Personal communication)

Media industry structure, 15:101–2, 104
Media literacy, 15:101–5
Multi-media convergence, 15:101, 103
News coverage, features, 15:101–2, 104–5

Mann, Meena (Personal communication)

Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 6:219
Information technology, 6:219
Journalism schools, 6:219

Marcoux, Evelyn, Director General, Surface Programs and Investment, Transport Canada

Bill S-31, An Act to authorize the construction and maintenance of a bridge over the St. Lawrence River and a bridge over the Beauharnois Canal for the purpose of completing Highway 30, 21:36
Government intervention, 20:40, 42–3
Highway 30 Completion Bridges Act, 20:40–4
Transport Canada, 20:45; 21:36

Marsan, Jean-Sébastien, independent journalist and President, Association des journalistes indépendants du Québec (AJIQ)

Broadcasting companies, 5:163
Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 5:167–8
Canadian Charter of Rights and Freedoms, 5:164
Cited court decisions, 5:166, 169
Cited laws, 5:168, 170
Federal government agencies, 5:166, 171
Globe and Mail, The, 5:169
Government intervention, 5:165, 167
Intellectual property, 5:164, 166–8, 170–2, 174–5
Journalism schools, 5:173
Journalists, 5:163–5, 167–8, 170–3

MacKinnon, James (Présentation personnelle) – Suite

Structure des industries de médias, 6:134, 137

MacMillan, Conrad, éditeur associé, *Farmers' Independent Weekly*

Choix de publics cibles, 9:9–10, 12
Frais d'impression et distribution, 9:9–10
Industrie de la publicité, 9:12
Interventions gouvernementales, 9:10, 12
Journaux, 9:9
Journaux indépendants, 9:8–9, 12
Lobbying et représentation, 9:8–10, 12
Organismes fédéraux, 9:9

Maltais, Robert, secrétaire général, Conseil de presse du Québec

Choix de publics cibles, 5:187
Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 5:184, 189
Conseils de presse, 5:177, 181–3, 186–92
Couverture de l'actualité, reportages, 5:181, 187
Éditeurs et professionnels, 5:188
Journaux, 5:181, 185
Société Radio-Canada (SRC), 5:181, 185
Structure des industries de médias, 5:182, 189–90

Mandaville, Shalom (Présentation personnelle)

Alphabétisation, apprentissage aux médias, 15:101–5
Convergence du multimédia, 15:101, 103
Couverture de l'actualité, reportages, 15:101–2, 104–5
Structure des industries de médias, 15:101–2, 104

Mann, Meena (Présentation personnelle)

Écoles de journalisme, 6:219
Société Radio-Canada (SRC), 6:219
Technologie de l'information, 6:219

Marcoux, Evelyn, directrice générale, Programmes de surface et cession, Transports Canada

Interventions gouvernementales, 20:40, 42–3
Loi sur les ponts nécessaires au parachèvement de l'autoroute 30, 20:40–4
Projet de loi S-31, Loi autorisant la construction et l'entretien d'un pont franchissant le fleuve Saint-Laurent et d'un pont franchissant le canal de Beauharnois en vue du parachèvement de l'autoroute 30, 21:36
Transports Canada, 20:45; 21:36

Marsan, Jean-Sébastien, journaliste indépendant et Président, Association des journalistes indépendants du Québec (AJIQ)

Charte canadienne des droits et libertés, 5:164
Convergence du multimédia, 5:176
Couverture de l'actualité, reportages, 5:163
Décisions des tribunaux, 5:166, 169
Écoles de journalisme, 5:173
Études et rapports, 5:165
Globe and Mail, The, 5:169
Interventions gouvernementales, 5:165, 167
Journalistes, 5:163–5, 167–8, 170–3
Journaux, 5:166, 168
Lobbying et représentation, 5:164–7, 169–71, 173–5

Marsan, Jean-Sébastien, independent journalist and President, Association des journalistes indépendants du Québec (AJIQ) – *Cont'd*

- Labour unions, 5:165–6
- Lobbying and representation, 5:164–7, 169–71, 173–5
- Media industry structure, 5:173
- Media monopolies, 5:164
- Multi-media convergence, 5:176
- News coverage, features, 5:163
- Newspapers, 5:166, 168
- Periodicals cited, 5:163–4, 170
- Studies and reports, 5:165

Martin, Patrick, Comment Editor, *The Globe and Mail*

- Globe and Mail, The*, 19:38, 41–2, 47–8, 52, 57–8
- Information technology, 19:49
- Intellectual property, 19:47–8
- Journalists, 19:44, 47–8, 53
- Media industry structure, 19:52
- Media literacy, 19:52–3
- Multi-media convergence, 19:41–2
- News coverage, features, 19:41, 52–3
- News editor, 19:52, 57
- Publishers and professionals, 19:49, 58
- TVOntario, 19:52

Massood, Mashadi, Vice-President, Press, National Ethnic Press and Media Council of Canada (NEPMCC)

- Agreements cited, 1:26
- Globe and Mail, The*, 1:31
- National Ethnic Press and Media Council of Canada (NEPMCC), 1:25–6, 30–1
- Newspapers, 1:31
- Torstar Corporation, 1:31

Matthews, Kevin (Personal communication)

- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 17:139–40
- Canadian Charter of Rights and Freedoms, 17:139
- Ethnic press and media, 17:139, 141
- Federal government agencies, 17:139
- Government intervention, 17:140–2
- Independent newspapers, 17:140–1
- Lobbying and representation, 17:141
- Media monopolies, 17:139–42
- News coverage, features, 17:139–42
- Publishers and professionals, 17:139–42

Matyas, Joe, Journalist, *London Free Press*, and President, Toronto, Communications, Energy and Paperworkers Union of Canada (CEP)

- Broadcasting companies, 2:40, 42
- Globe and Mail, The*, 2:40
- Journalists, 2:40–1, 50
- Labour unions, 2:40–1, 50
- Media industry structure, 2:41
- Multi-media convergence, 2:42, 50
- Newspapers, 2:40, 42, 50
- Publishers and professionals, 2:40–1
- Torstar Corporation, 2:40, 50

Marsan, Jean-Sébastien, journaliste indépendant et président, Association des journalistes indépendants du Québec (AJIQ) – *Suite*

- Lois citées, 5:168, 170
- Monopolisation des médias, 5:164
- Organismes fédéraux, 5:166, 171
- Périodiques cités, 5:163–4, 170
- Propriété intellectuelle, 5:164, 166–8, 170–2, 174–5
- Société Radio-Canada (SRC), 5:167–8
- Sociétés de radiodiffusion, 5:163
- Structure des industries de médias, 5:173
- Syndicats, 5:165–6

Martin, Patrick, éditeur responsable des commentaires, *The Globe and Mail*

- Alphabétisation, apprentissage aux médias, 19:52–3
- Convergence du multimédia, 19:41–2
- Couverture de l'actualité, reportages, 19:41, 52–3
- Éditeurs et professionnels, 19:49, 58
- Globe and Mail, The*, 19:38, 41–2, 47–8, 52, 57–8
- Journalistes, 19:44, 47–8, 53
- Propriété intellectuelle, 19:47–8
- Rédacteur en chef, 19:52, 57
- Structure des industries de médias, 19:52
- Technologie de l'information, 19:49
- TVOntario, 19:52

Massood, Mashadi, vice-président, presse, National Ethnic Press and Media Council of Canada (NEPMCC)

- Accords cités, 1:26
- Globe and Mail, The*, 1:31
- Journaux, 1:31
- National Ethnic Press and Media Council of Canada (NEPMCC), 1:25–6, 30–1
- Torstar Corporation, 1:31

Matthews, Kevin (Présentation personnelle)

- Charte canadienne des droits et libertés, 17:139
- Couverture de l'actualité, reportages, 17:139–42
- Éditeurs et professionnels, 17:139–42
- Interventions gouvernementales, 17:140–2
- Journaux indépendants, 17:140–1
- Lobbying et représentation, 17:141
- Monopolisation des médias, 17:139–42
- Organismes fédéraux, 17:139
- Presse et médias ethniques, 17:139, 141
- Société Radio-Canada (SRC), 17:139–40

Matyas, Joe, journaliste, *London Free Press*, et président Toronto, Syndicat canadien des communications, de l'électricité et du papier (SCEP)

- Convergence du multimédia, 2:42, 50
- Éditeurs et professionnels, 2:40–1
- Globe and Mail, The*, 2:40
- Journalistes, 2:40–1, 50
- Journaux, 2:40, 42, 50
- Sociétés de radiodiffusion, 2:40, 42
- Structure des industries de médias, 2:41
- Syndicats, 2:40–1, 50
- Torstar Corporation, 2:40, 50

May, Barbara Jo (Personal communication)

- Broadcast media, 6:144, 146
- Information technology, 6:143
- Media literacy, 6:143-4
- Media monopolies, 6:146
- Multi-media convergence, 6:143-4
- News coverage, features, 6:143-4
- News services, 6:144

Mayot, Ross, Vice-President, Administration and Business Affairs, Access Media Group

- ACCESS Television (ACCESS), 7:50-65
- Advertising industry, 7:52, 63
- Audience targeting, 7:61-4
- Broadcast media, 7:56, 58, 62
- Broadcasting companies, 7:51, 57, 64
- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 7:54
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 7:51, 54, 59, 63-4
- Cited laws, 7:51
- Government intervention, 7:59-60
- Information technology, 7:53, 59
- Journalism schools, 7:53
- Knowledge Network, 7:55, 60-1
- Local television stations, 7:51, 54, 57, 59
- Media industry structure, 7:60
- Media literacy, 7:51-3, 55, 57-9
- Multiculturalism, 7:58
- Multi-media convergence, 7:54
- News coverage, features, 7:62-3
- News services, 7:54
- Studies and reports, 7:54
- Télé-Québec, 7:56
- TVOntario, 7:56, 60, 65

Mayrand, Yves, Vice-President, Corporate Affairs, Cogeco Inc.

- Audience targeting, 13:6, 8, 26
- Broadcast media, 13:7-9, 11, 13, 15, 17, 19-23, 26, 28-30
- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 13:20, 29
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 13:7-10, 13-14, 16, 19, 21-4
- Cited court decisions, 13:24
- Cited laws, 13:13, 16
- Federal government agencies, 13:8-9, 14
- Government intervention, 13:8-9, 11, 13, 18, 23-4
- Information technology, 13:6-8, 12, 18-19, 24-5, 29
- Intellectual property, 13:18-19
- Lobbying and representation, 13:5-30
- Local television stations, 13:5, 8, 20, 28
- Media industry structure, 13:16, 23, 30
- Media monopolies, 13:9-11, 17, 23, 27
- Multi-media convergence, 13:5-6, 10, 20, 27-8
- Newspapers, 13:5, 20
- Studies and reports, 13:6-7

McAndrew, Jack (Personal communication)

- Audience targeting, 17:81-2, 85, 87
- Broadcast media, 17:86-7
- Broadcasting companies, 17:88
- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 17:80-1, 88
- Guardian, The*, 17:82, 84, 86

May, Barbara Jo (Présentation personnelle)

- Agences de nouvelles, 6:144
- Alphabétisation, apprentissage aux médias, 6:143-4
- Convergence du multimédia, 6:143-4
- Couverture de l'actualité, reportages, 6:143-4
- Monopolisation des médias, 6:146
- Radiodiffusion, 6:144, 146
- Technologie de l'information, 6:143

Mayot, Ross, vice-président, Administration et affaires commerciales, Access Media Group

- ACCESS Television (ACCESS), 7:50-65
- Agences de nouvelles, 7:54
- Alphabétisation, apprentissage aux médias, 7:51-3, 55, 57-9
- Choix de publics cibles, 7:61-4
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 7:51, 54, 59, 63-4
- Convergence du multimédia, 7:54
- Couverture de l'actualité, reportages, 7:62-3
- Écoles de journalisme, 7:53
- Études et rapports, 7:54
- Industrie de la publicité, 7:52, 63
- Interventions gouvernementales, 7:59-60
- Knowledge Network, 7:55, 60-1
- Lois citées, 7:51
- Multiculturalisme, 7:58
- Radiodiffusion, 7:56, 58, 62
- Société Radio-Canada (SRC), 7:54
- Sociétés de radiodiffusion, 7:51, 57, 64
- Stations de télévision locales, 7:51, 54, 57, 59
- Structure des industries de médias, 7:60
- Technologie de l'information, 7:53, 59
- Télé-Québec, 7:56
- TVOntario, 7:56, 60, 65

Mayrand, Yves, vice-président, Affaires corporatives, Cogeco Inc.

- Choix de publics cibles, 13:6, 8, 26
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 13:7-10, 13-14, 16, 19, 21-4
- Convergence du multimédia, 13:5-6, 10, 20, 27-8
- Décisions des tribunaux, 13:24
- Études et rapports, 13:6-7
- Interventions gouvernementales, 13:8-9, 11, 13, 18, 23-4
- Journaux, 13:6, 20
- Lobbying et représentation, 13:5-30
- Lois citées, 13:13, 16
- Monopolisation des médias, 13:9-11, 17, 23, 27
- Organismes fédéraux, 13:8-9, 14
- Propriété intellectuelle, 13:18-19
- Radiodiffusion, 13:7-9, 11, 13, 15, 17, 19-23, 26, 28-30
- Société Radio-Canada (SRC), 13:20, 29
- Stations de télévision locales, 13:5, 8, 20, 28
- Structure des industries de médias, 13:16, 23, 30
- Technologie de l'information, 13:6-8, 12, 18-19, 24-5, 29

McAndrew, Jack (Présentation personnelle)

- Alphabétisation, apprentissage aux médias, 17:82, 88
- Choix de publics cibles, 17:81-2, 85, 87
- Convergence du multimédia, 17:82
- Couverture de l'actualité, reportages, 17:85
- Éditeurs et professionnels, 17:83

McAndrew, Jack (Personal communication) – Cont'd

- Independent newspapers, 17:86, 89
- Information technology, 17:82
- Journalists, 17:81–7
- Media industry structure, 17:81, 83, 85–6, 88
- Media literacy, 17:82, 88
- Media monopolies, 17:86, 88
- Multi-media convergence, 17:82
- News coverage, features, 17:85
- News editor, 17:87
- Newspapers, 17:86–7
- Publishers and professionals, 17:83

McArdle, Jim, General Counsel, Export Development Canada (EDC)

- Agreements cited, 10:10
- Aviation industry, 10:9–22
- Bill C-4, An Act to implement the Convention on International Interests in Mobile Equipment and the Protocol to the Convention on International Interests in Mobile Equipment on Matters Specific to Aircraft Equipment, 10:10–11, 17
- Cited laws, 10:8–13, 16–17
- Export Development Canada (EDC), 10:8–14, 18–21
- International Interests in Mobile Equipment (aircraft equipment) Act, 10:8–14, 16–22

McBride, J. Boyd, Chair, Ottawa Chapter, Government Relations Committee, Association of Fundraising Professionals (AFP)

- Act to amend the Telecommunications Act, 23:62–4, 68, 70–2
- Advertising industry, 23:63
- Audience targeting, 23:63, 72
- Federal government agencies, 23:70
- Government intervention, 23:64
- Lobbying and representation, 23:62–4, 68, 70–2
- Media literacy, 23:63–4, 70

McDonald, Gerard A., Director General, Marine Safety, Transport Canada

- Act to amend the Canada Shipping Act, the Canada Shipping Act, 2001, the Canada National Marine Conservation Areas Act and the Oceans Act, 20:31, 46–7
- Bill C-3, An Act to amend the Canada Shipping Act, the Canada Shipping Act, 2001, the Canada National Marine Conservation Areas Act and the Oceans Act, 20:31
- Canadian Coast Guard (CCG), 20:31, 35–7, 46
- Government intervention, 20:47
- Transport Canada, 20:31, 35–6, 45–6
- Water transport industry, 20:31, 35

McKenzie, Wayne, Director of Operations, Aboriginal Peoples Television Network (APTN)

- Aboriginal Peoples Television Network (APTN), 9:70

McAndrew, Jack (Présentation personnelle) – Suite

- Guardian, The*, 17:82, 84, 86
- Journalistes, 17:81–7
- Journaux, 17:86–7
- Journaux indépendants, 17:86, 89
- Monopolisation des médias, 17:86, 88
- Radiodiffusion, 17:86–7
- Rédacteur en chef, 17:87
- Société Radio-Canada (SRC), 17:80–1, 88
- Sociétés de radiodiffusion, 17:88
- Structure des industries de médias, 17:81, 83, 85–6, 88
- Technologie de l'information, 17:82

McArdle, Jim, chef des services juridiques, Exportation et développement Canada (EDC)

- Accords cités, 10:10
- Exportation et développement Canada (EDC), 10:8–14, 18–21
- Industrie de l'aéronautique, 10:9–22
- Loi sur les garanties internationales portant sur des matériels d'équipement mobiles (matériels d'équipement aéronautiques), 10:8–14, 16–22
- Lois citées, 10:8–13, 16–17
- Projet de loi C-4, Loi de mise en œuvre de la Convention relative aux garanties internationales portant sur des matériels d'équipement mobiles et du Protocole portant sur les questions spécifiques aux matériels d'équipement aéronautiques à la Convention relative aux garanties internationales portant sur les matériels d'équipement mobiles, 10:10–11, 17

McBride, J. Boyd, président, section d'Ottawa, Comité des relations gouvernementales, Association of Fundraising Professionals (AFP)

- Alphabétisation, apprentissage aux médias, 23:63–4, 70
- Choix de publics cibles, 23:63, 72
- Industrie de la publicité, 23:63
- Interventions gouvernementales, 23:64
- Lobbying et représentation, 23:62–4, 68, 70–2
- Loi modifiant la Loi sur les télécommunications, 23:63–68, 70–2
- Organismes fédéraux, 23:70

McDonald, Gerard A., directeur général, Sécurité maritime Transports Canada

- Garde côtière canadienne (GCC), 20:31, 35–7, 46
- Industrie du transport maritime, 20:31, 35
- Interventions gouvernementales, 20:47
- Loi modifiant la Loi sur la marine marchande du Canada
- Loi de 2001 sur la marine marchande du Canada, la Loi sur les aires marines nationales de conservation du Canada
- Loi sur les océans, 20:31, 46–7
- Projet de loi C-3, Loi modifiant la Loi sur la marine marchande du Canada, la Loi de 2001 sur la marine marchande du Canada, la Loi sur les aires marines nationales de conservation du Canada et la Loi sur les océans, 20:31, 35–6, 45–6

McKenzie, Wayne, directeur des opérations, Aboriginal Peoples Television Network (APTN)

- Aboriginal Peoples Television Network (APTN), 9:70

McKhool, Ingrid, Senior Advisor, Strategic Planning and Regulatory Affairs, TVOntario

- Broadcast media, 4:94, 101
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 4:96
- Cited laws, 4:101
- Financial assistance, 4:96
- Multiculturalism, 4:99
- TVOntario, 4:94, 96-7, 101

McLean, Philip Bruce (Personal communication)

- Broadcast media, 15:98
- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 15:98-100
- Chronicle-Herald, The*, 15:99
- Journalists, 15:99
- Local television stations, 15:98
- Media literacy, 15:97-8
- Multiculturalism, 15:100
- News coverage, features, 15:98-100
- Newspapers, 15:100

McNamara, Lorraine, National President, REAL Women of Canada

- Broadcasting companies, 4:32
- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 4:32
- Lobbying and representation, 4:32, 36
- Media industry structure, 4:32

Merrell, Dennis, Executive Director, Alberta Weekly Newspapers Association (AWNA)

- Advertising industry, 7:33, 41, 43
- Audience targeting, 7:32-5, 37, 47-8
- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 7:35
- Government intervention, 7:37
- Independent newspapers, 7:32-4, 42
- Journalism schools, 7:33, 47
- Lobbying and representation, 7:32-7, 43
- Media industry structure, 7:33, 35, 40-1, 43, 48
- Multi-media convergence, 7:34
- News editor, 7:34-5, 41
- News services, 7:33, 40
- Newspapers, 7:50
- Press councils, 7:33-4
- Publishers and professionals, 7:32, 50
- Studies and reports, 7:32-4

Miljan, Lydia (Personal communication)

- Advertising industry, 22:59-60
- Audience targeting, 22:51, 57
- Broadcast media, 22:49-53, 55-7, 62-3
- Broadcasting companies, 22:54
- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 22:48-63
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 22:49
- Cited laws, 22:49-50
- CTV News, 22:48-9
- Globe and Mail, The*, 22:51
- Government intervention, 22:53, 59
- Information technology, 22:63
- Journalists, 22:46-50, 56, 58, 61
- Labour unions, 22:49-50, 55-6
- Media industry structure, 22:46-9, 51, 58-9, 61-3

McKhool, Ingrid, conseillère principale, Planification stratégique et affaires réglementaires, TVOntario

- Aide financière, 4:96
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 4:96
- Lois citées, 4:101
- Multiculturalisme, 4:99
- Radiodiffusion, 4:94, 101
- TVOntario, 4:94, 96-7, 101

McLean, Philip Bruce (Présentation personnelle)

- Alphabétisation, apprentissage aux médias, 15:97-8
- Chronicle-Herald, The*, 15:99
- Couverture de l'actualité, reportages, 15:98-100
- Journalistes, 15:99
- Journaux, 15:100
- Multiculturalisme, 15:100
- Radiodiffusion, 15:98
- Société Radio-Canada (SRC), 15:98-100
- Stations de télévision locales, 15:98

McNamara, Lorraine, présidente nationale, REAL Women of Canada

- Lobbying et représentation, 4:32, 36
- Société Radio-Canada (SRC), 4:32
- Sociétés de radiodiffusion, 4:32
- Structure des industries de médias, 4:32

Merrell, Dennis, directeur exécutif, Alberta Weekly Newspapers Association (AWNA)

- Agences de nouvelles, 7:33, 40
- Choix de publics cibles, 7:32-5, 37, 47-8
- Conseils de presse, 7:33-4
- Convergence du multimédia, 7:34
- Écoles de journalisme, 7:33, 47
- Éditeurs et professionnels, 7:32, 50
- Études et rapports, 7:32-4
- Industrie de la publicité, 7:33, 41, 43
- Interventions gouvernementales, 7:37
- Journaux, 7:50
- Journaux indépendants, 7:32-4, 42
- Lobbying et représentation, 7:32-7, 43
- Rédacteur en chef, 7:34-5, 41
- Société Radio-Canada (SRC), 7:35
- Structure des industries de médias, 7:33, 35, 40-1, 43, 48

Miljan, Lydia (Présentation personnelle)

- Agences de nouvelles, 22:49-50
- Alphabétisation, apprentissage aux médias, 22:47, 52-5, 61-2
- Choix de publics cibles, 22:51, 57
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 22:49
- Convergence du multimédia, 22:46, 50
- Couverture de l'actualité, reportages, 22:47-8, 63
- CTV News, 22:48-9
- Éditeurs et professionnels, 22:52, 54
- Études et rapports, 22:46, 52-3, 58, 62
- Globe and Mail, The*, 22:51
- Industrie de la publicité, 22:59-60
- Interventions gouvernementales, 22:53, 59
- Journalistes, 22:46-50, 56, 58, 61

Miljan, Lydia (Personal communication) – Cont'd

- Media literacy, 22:47, 52–5, 61–2
- Media monopolies, 22:51, 57
- Multi-media convergence, 22:46, 50
- News coverage, features, 22:47–8, 63
- News editor, 22:47, 61
- News services, 22:49–50
- Newspapers, 22:59
- Publishers and professionals, 22:52, 54
- Studies and reports, 22:46, 52–3, 58, 62
- United Kingdom, media model, 22:48, 54

Miller, John (Personal communication)

- Audience targeting, 3:27
- Broadcasting companies, 3:30
- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 3:25, 30
- CanWest Global Communications Corporation, 3:28, 34
- Cited laws, 3:25, 28, 30, 35
- Ethnic press and media, 3:33, 36
- Federal government agencies, 3:30
- Government intervention, 3:25, 30, 38
- Journalism schools, 3:28–9, 33–7
- Journalists, 3:25–39
- Media industry structure, 3:31, 38
- Media monopolies, 3:29–31, 33, 39
- Multi-media convergence, 3:25
- News services, 3:26, 35
- Press councils, 3:29
- Publishers and professionals, 3:26–34, 36, 39
- Studies and reports, 3:29

Minty, Isabel (Personal communication)

- CanWest Global Communications Corporation, 6:157–60
- Independent newspapers, 6:157
- Media industry structure, 6:157
- Multi-media convergence, 6:157
- News coverage, features, 6:157, 159–60

Mlodecki, Victor, Vice-President and General Manager, Brunswick News Inc. (BNI)

- Advertising industry, 18:43, 45, 47
- Audience targeting, 18:35, 37–8, 45, 49–51, 60
- Broadcast media, 18:48, 51
- Broadcasting companies, 18:47
- Brunswick News Inc. (BNI), 18:34–60
- Canadian Charter of Rights and Freedoms, 18:52
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 18:37
- CanWest Global Communications Corporation, 18:46
- Ethnic press and media, 18:50, 56
- Federal government agencies, 18:37
- Globe and Mail, The*, 18:46
- Government intervention, 18:37, 47, 60
- Information technology, 18:36–7, 45, 48, 58–60
- Intellectual property, 18:43
- Journalism schools, 18:36, 40
- Journalists, 18:42, 52–4
- Lobbying and representation, 18:46, 56
- Media industry structure, 18:47, 53
- Media literacy, 18:38, 55, 59
- Media monopolies, 18:39–44, 46–9, 54–9

Miljan, Lydia (Présentation personnelle) – Suite

- Journaux, 22:59
- Lois citées, 22:49–50
- Monopolisation des médias, 22:51, 57
- Radiodiffusion, 22:49–53, 55–7, 62–3
- Rédacteur en chef, 22:47, 61
- Royaume-Uni, modèle de médias, 22:48, 54
- Société Radio-Canada (SRC), 22:48–63
- Sociétés de radiodiffusion, 22:54
- Structure des industries de médias, 22:46–9, 51, 58–9, 61
- Syndicats, 22:49–50, 55–6
- Technologie de l'information, 22:63

Miller, John (Présentation personnelle)

- Agences de nouvelles, 3:26, 35
- CanWest Global Communications Corporation, 3:28, 34
- Choix de publics cibles, 3:27
- Conseils de presse, 3:29
- Convergence du multimédia, 3:25
- Écoles de journalisme, 3:28–9, 33–7
- Éditeurs et professionnels, 3:26–34, 36, 39
- Études et rapports, 3:29
- Interventions gouvernementales, 3:25, 30, 38
- Journalistes, 3:25–39
- Lois citées, 3:25, 28, 30, 35
- Monopolisation des médias, 3:29–31, 33, 39
- Organismes fédéraux, 3:30
- Presse et médias ethniques, 3:33, 36
- Société Radio-Canada (SRC), 3:26, 30
- Sociétés de radiodiffusion, 3:30
- Structure des industries de médias, 3:31, 38

Minty, Isabel (Présentation personnelle)

- CanWest Global Communications Corporation, 6:157–60
- Convergence du multimédia, 6:157
- Couverture de l'actualité, reportages, 6:157, 159–60
- Journaux indépendants, 6:157
- Structure des industries de médias, 6:157

Mlodecki, Victor, vice-président et directeur général, Brunswick News Inc. (BNI)

- Agences de nouvelles, 18:57, 59
- Alphabétisation, apprentissage aux médias, 18:38, 55, 59
- Brunswick News Inc. (BNI), 18:34–60
- CanWest Global Communications Corporation, 18:46
- Charte canadienne des droits et libertés, 18:52
- Choix de publics cibles, 18:35, 37–8, 45, 49–51, 60
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 18:37
- Convergence du multimédia, 18:34, 41–2, 52
- Couverture de l'actualité, reportages, 18:57–8
- Écoles de journalisme, 18:36, 40
- Éditeurs et professionnels, 18:34–6, 39, 44, 53–6, 58
- Frais d'impression et distribution, 18:35, 44–7, 51, 53
- Globe and Mail, The*, 18:46
- Industrie de la publicité, 18:43, 45, 47
- Interventions gouvernementales, 18:37, 47, 60
- Journalistes, 18:42, 52–4
- Journaux, 18:34–6, 40–1, 46, 59
- Lobbying et représentation, 18:46, 56
- Monopolisation des médias, 18:39–44, 46–9, 54–9
- Multiculturalisme, 18:39, 50

Mlodecki, Victor, Vice-President and General Manager, Brunswick News Inc. (BNI) – Cont'd

- Multiculturalism, 18:39, 50
- Multi-media convergence, 18:34, 41–2, 52
- News coverage, features, 18:57–8
- News editor, 18:34–6, 56–7
- News services, 18:57, 59
- Newspapers, 18:34–6, 40–1, 46, 59
- Printing and distribution cost, 18:35, 44, 7, 51, 53
- Publishers and professionals, 18:34, 6, 39, 44, 53, 6, 58

Mock, Karen, Executive Director, Canadian Race Relations Foundation (CRRF)

- Agreements cited, 4:120
- Audience targeting, 4:119
- Broadcast media, 4:117–19
- Canadian Charter of Rights and Freedoms, 4:120
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 4:120
- Cited laws, 4:120, 127, 129
- Conferences cited, 4:116
- Ethnic press and media, 4:115, 117
- Federal government agencies, 4:119
- Government intervention, 4:116–18, 120, 122, 127, 129–31
- Journalism schools, 4:121
- Journalists, 4:121, 123–4
- Lobbying and representation, 4:116–19, 121–2, 124–31
- Media industry structure, 4:117–18, 120–3, 127–30
- Multiculturalism, 4:118, 121, 123
- Multi-media convergence, 4:117
- News coverage, features, 4:116–17, 119
- Publishers and professionals, 4:117–19, 121–5, 127–8, 130–1
- Studies and reports, 4:116, 119
- TVOntario, 4:125

Mora, Pedro (Personal communication)

- Broadcast media, 6:133, 138
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 6:133–4, 138
- Media industry structure, 6:133–4

Mulgrew, Ian (Personal communication)

- Advertising industry, 6:24
- Audience targeting, 6:23
- Broadcasting companies, 6:21–2
- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 6:8, 21
- CanWest Global Communications Corporation, 6:21
- Ethnic press and media, 6:20
- Information technology, 6:16, 18, 23
- Journalism schools, 6:17, 22
- Journalists, 6:15–17, 22
- Local television stations, 6:22
- Media industry structure, 6:18, 20, 23–4
- Media literacy, 6:18
- Multi-media convergence, 6:18
- News coverage, features, 6:16
- News editor, 6:16
- Publishers and professionals, 6:16
- Studies and reports, 6:15

Mlodecki, Victor, vice-président et directeur général, Brunswick News Inc. (BNI) – Suite

- Organismes fédéraux, 18:37
- Presse et médias ethniques, 18:50, 56
- Propriété intellectuelle, 18:43
- Radiodiffusion, 18:48, 51
- Rédacteur en chef, 18:34–6, 56–7
- Sociétés de radiodiffusion, 18:47
- Structure des industries de médias, 18:47, 53
- Technologie de l'information, 18:36–7, 45, 48, 58–60

Mock, Karen, directrice exécutive, Fondation canadienne des relations raciales (FCRR)

- Accords cités, 4:120
- Charte canadienne des droits et libertés, 4:120
- Choix de publics cibles, 4:119
- Conférences citées, 4:116
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 4:120
- Convergence du multimédia, 4:117
- Couverture de l'actualité, reportages, 4:116–17, 119
- Écoles de journalisme, 4:121
- Éditeurs et professionnels, 4:117–19, 121–5, 127–8, 130–1
- Études et rapports, 4:116, 119
- Interventions gouvernementales, 4:116–18, 120, 122, 127, 129–31
- Journalistes, 4:121, 123–4
- Lobbying et représentation, 4:116–19, 121–2, 124–31
- Lois citées, 4:120, 127, 129
- Multiculturalisme, 4:118, 121, 123
- Organismes fédéraux, 4:119
- Presse et médias ethniques, 4:115, 117
- Radiodiffusion, 4:117–19
- Structure des industries de médias, 4:117–18, 120–3, 127–30
- TVOntario, 4:125

Mora, Pedro (Présentation personnelle)

- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 6:133–4, 138
- Radiodiffusion, 6:133, 138
- Structure des industries de médias, 6:133–4

Mulgrew, Ian (Présentation personnelle)

- Alphabétisation, apprentissage aux médias, 6:18
- CanWest Global Communications Corporation, 6:21
- Choix de publics cibles, 6:23
- Convergence du multimédia, 6:18
- Couverture de l'actualité, reportages, 6:16
- Écoles de journalisme, 6:17, 22
- Éditeurs et professionnels, 6:16
- Études et rapports, 6:15
- Industrie de la publicité, 6:24
- Journalistes, 6:15–17, 22
- Presse et médias ethniques, 6:20
- Rédacteur en chef, 6:16
- Société Radio-Canada (SRC), 6:8, 21
- Sociétés de radiodiffusion, 6:21–2
- Stations de télévision locales, 6:22
- Structure des industries de médias, 6:18, 20, 23–4
- Technologie de l'information, 6:16, 18, 23

Murdoch, Peter, Vice-President, Communications, Energy and Paperworkers Union of Canada (CEP)

- Broadcast media, 2:36-7, 48
- Broadcasting companies, 2:37-8, 47
- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 2:44
- Canadian Charter of Rights and Freedoms, 2:48
- Canadian Radio-television Telecommunications Commission (CRTC), 2:38, 47-8
- CanWest Global Communications Corporation, 2:46-7
- CTV News, 2:38-9
- Government intervention, 2:44, 46-7
- House of Commons, Standing Committees, 2:37
- Journalists, 2:36-7, 45, 48
- Labour unions, 2:36-7, 44-5, 52-4
- Local television stations, 2:38-9
- Media industry structure, 2:44, 53
- Media monopolies, 2:47, 51-2
- Multi-media convergence, 2:37-8, 42, 44-6, 53-4
- News coverage, features, 2:53-4
- Newspapers, 2:37
- Publishers and professionals, 2:46
- Studies and reports, 2:44
- Torstar Corporation, 2:37

Murphy, John (Personal communication)

- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 17:146-7
- Ethnic press and media, 17:147
- Independent newspapers, 17:147-8
- Labour unions, 17:146-7
- Media industry structure, 17:145-6
- Media literacy, 17:147
- Media monopolies, 17:146-7
- Multi-media convergence, 17:147
- Newspapers, 17:146
- Publishers and professionals, 17:145-8
- Studies and reports, 17:146

Murray, Catherine (Personal communication)

- Audience targeting, 6:51-2
- Broadcast media, 6:47, 57
- Canadian Association of Broadcasters (CAB), 6:50
- Canadian Broadcast Standards Council (CBSC), 6:51, 54
- Canadian Charter of Rights and Freedoms, 6:48, 52, 54
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 6:57
- Federal government agencies, 6:48, 55
- Financial assistance, 6:48, 50
- Government intervention, 6:48
- Information technology, 6:49
- Journalism schools, 6:56
- Journalists, 6:58
- Media industry structure, 6:48-52, 57
- Media literacy, 6:49, 53-6
- Media monopolies, 6:50, 52
- Multi-media convergence, 6:47, 57
- News coverage, features, 6:49
- News services, 6:52, 56
- Press councils, 6:50-1, 53, 56-7
- Publishers and professionals, 6:51, 56
- Studies and reports, 6:49-50

Murdoch, Peter, vice-président, Syndicat canadien des communications, de l'énergie et du papier (SCEP)

- CanWest Global Communications Corporation, 2:46-7
- Chambre des communes, Comités permanents, 2:37
- Charte canadienne des droits et libertés, 2:48
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 2:38, 47-8
- Convergence du multimédia, 2:37-8, 42, 44-6, 53-4
- Couverture de l'actualité, reportages, 2:53-4
- CTV News, 2:38-9
- Éditeurs et professionnels, 2:46
- Études et rapports, 2:44
- Interventions gouvernementales, 2:44, 46-7
- Journalistes, 2:36-7, 45, 48
- Journaux, 2:37
- Monopolisation des médias, 2:47, 51-2
- Radiodiffusion, 2:36-7, 48
- Société Radio-Canada (SRC), 2:44
- Sociétés de radiodiffusion, 2:37-8, 47
- Stations de télévision locales, 2:38-9
- Structure des industries de médias, 2:44, 53
- Syndicats, 2:36-7, 44-5, 52-4
- Torstar Corporation, 2:37

Murphy, John (Présentation personnelle)

- Alphabétisation, apprentissage aux médias, 17:147
- Convergence du multimédia, 17:147
- Éditeurs et professionnels, 17:145-8
- Études et rapports, 17:146
- Journaux, 17:146
- Journaux indépendants, 17:147-8
- Monopolisation des médias, 17:146-7
- Presse et médias ethniques, 17:147
- Société Radio-Canada (SRC), 17:146-7
- Structure des industries de médias, 17:145-6
- Syndicats, 17:146-7

Murray, Catherine (Présentation personnelle)

- Agences de nouvelles, 6:52, 56
- Aide financière, 6:48, 50
- Alphabétisation, apprentissage aux médias, 6:49, 53-6
- Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR), 6:50
- Charte canadienne des droits et libertés, 6:48, 52, 54
- Choix de publics cibles, 6:51-2
- Conseil canadien des normes de la radiotélévision (CCN), 6:51, 54
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 6:57
- Conseils de presse, 6:50-1, 53, 56-7
- Convergence du multimédia, 6:47, 57
- Couverture de l'actualité, reportages, 6:49
- Écoles de journalisme, 6:56
- Éditeurs et professionnels, 6:51, 56
- Études et rapports, 6:49-50
- Interventions gouvernementales, 6:48
- Journalistes, 6:58
- Monopolisation des médias, 6:50, 52
- Organismes fédéraux, 6:48, 55
- Radiodiffusion, 6:47, 57
- Structure des industries de médias, 6:48-52, 57
- Technologie de l'information, 6:49

Muslih, Riadh (Personal communication)

Audience targeting, 6:142–3
 CanWest Global Communications Corporation, 6:142
 Journalists, 6:142
 Media industry structure, 6:141–2, 145–6
 Media monopolies, 6:142, 146
 Multi-media convergence, 6:146
 News coverage, features, 6:142
 News editor, 6:142

Nadeau, Jean-Marie (Personal communication)

Ethnic press and media, 17:145
 Information technology, 17:147
 Labour unions, 17:145
 Lobbying and representation, 17:148
 Media industry structure, 17:145
 Media literacy, 17:145
 Media monopolies, 17:145
 Publishers and professionals, 17:145, 148

Nagle, Patrick (Personal communication)

Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 6:19
 Cited laws, 6:13–14
 Ethnic press and media, 6:20
 Federal government agencies, 6:13–14
 Government intervention, 6:13–14, 19
 Journalism schools, 6:22
 Labour unions, 6:13
 Media monopolies, 6:19
 Multi-media convergence, 6:25
 News coverage, features, 6:14, 19–20, 25
 Newspapers, 6:13–14, 20, 25
 Printing and distribution cost, 6:14
 Studies and reports, 6:13–14, 19

Neal, Douglas W., Senior Vice-President, Newfoundland Broadcasting Company

Broadcast media, 14:13–14
 Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 14:25–6
 Information technology, 14:22
 Newfoundland Broadcasting Company, 14:14, 25

Nott, Gerry, Editor-in-Chief, Canadian News Desk, CanWest News Service, CanWest MediaWorks Publications, CanWest Global Communications Corporation

Audience targeting, 13:55, 58
 CanWest Global Communications Corporation, 13:42–5, 55, 58–60, 62, 69
 Information technology, 13:42
 Intellectual property, 13:69
 Journalists, 13:42–3, 69
 Multi-media convergence, 13:44
 News coverage, features, 13:43–4, 58
 News editor, 13:42–3
 News services, 13:44, 59–60

O'Farrell, Glenn, President and Chief Executive Officer, Canadian Association of Broadcasters (CAB)

Advertising industry, 11:75, 82–4, 92–3
 Audience targeting, 11:76–7, 80–4, 87, 93
 Broadcast media, 11:71–2, 74–5, 77–9, 81–2, 85–92

Muslih, Riadh (Présentation personnelle)

CanWest Global Communications Corporation, 6:142
 Choix de publics cibles, 6:142–3
 Convergence du multimédia, 6:146
 Couverture de l'actualité, reportages, 6:142
 Journalistes, 6:142
 Monopolisation des médias, 6:142, 146
 Rédacteur en chef, 6:142
 Structure des industries de médias, 6:141–2, 145–6

Nadeau, Jean-Marie (Présentation personnelle)

Alphabétisation, apprentissage aux médias, 17:145
 Éditeurs et professionnels, 17:145, 148
 Lobbying et représentation, 17:148
 Monopolisation des médias, 17:145
 Presse et médias ethniques, 17:145
 Structure des industries de médias, 17:145
 Syndicats, 17:145
 Technologie de l'information, 17:147

Nagle, Patrick (Présentation personnelle)

Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 6:19
 Convergence du multimédia, 6:25
 Couverture de l'actualité, reportages, 6:14, 19–20, 25
 Écoles de journalisme, 6:22
 Études et rapports, 6:13–14, 19
 Frais d'impression et distribution, 6:14
 Interventions gouvernementales, 6:13–14, 19
 Journaux, 6:13–14, 20, 25
 Lois citées, 6:13–14
 Monopolisation des médias, 6:19
 Organismes fédéraux, 6:13–14
 Presse et médias ethniques, 6:20
 Syndicats, 6:13

Neal, Douglas W., vice-président principal, Newfoundland Broadcasting Company

Newfoundland Broadcasting Company, 14:14, 25
 Radiodiffusion, 14:13–14
 Société Radio-Canada (SRC), 14:25–6
 Technologie de l'information, 14:22

Nott, Gerry, rédacteur en chef, Canadian News Desk, CanWest News Service, CanWest MediaWorks Publications, CanWest Global Communications Corporation

Agences de nouvelles, 13:44, 59–60
 CanWest Global Communications Corporation, 13:42–5, 55, 58–60, 62, 69
 Choix de publics cibles, 13:55, 58
 Convergence du multimédia, 13:44
 Couverture de l'actualité, reportages, 13:43–4, 58
 Journalistes, 13:42–3, 69
 Propriété intellectuelle, 13:69
 Rédacteur en chef, 13:42–3
 Technologie de l'information, 13:42

O'Farrell, Glenn, président-directeur général, Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR)

Agences de nouvelles, 11:86
 Aide financière, 11:96
 Alphabétisation, apprentissage aux médias, 11:86, 89–90

O'Farrell, Glenn, President and Chief Executive Officer, Canadian Association of Broadcasters (CAB) – Cont'd

- Broadcasting companies, 11:73
- Canadian Association of Broadcasters (CAB), 11:71–99
- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 11:73, 84, 90–1
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 11:72, 75, 77, 82–4, 87–9, 91–2
- CTV News, 11:73
- Financial assistance, 11:96
- Government intervention, 11:71, 85–7
- Information technology, 11:74, 78–80, 86
- Intellectual property, 11:74–5, 78–80
- Journalists, 11:78
- Media industry structure, 11:85
- Media literacy, 11:86, 89–90
- Media monopolies, 11:73, 76
- Multiculturalism, 11:84
- Multi-media convergence, 11:71, 74, 76–8, 81–2
- News coverage, features, 11:80–1
- News services, 11:86
- Studies and reports, 11:71–3, 75–7, 91

O'Neil, Terry, Managing Editor, *The Chronicle-Herald*

- Advertising industry, 15:48–9
- Audience targeting, 15:45–6, 49, 52
- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 15:37
- Chronicle-Herald, The*, 15:38–9, 42–8, 53–4, 56
- Independent newspapers, 15:42
- Information technology, 15:38–9, 48–9
- Intellectual property, 15:53
- Journalism schools, 15:53
- Journalists, 15:39, 45, 52–3, 55–6
- Media literacy, 15:44–5, 56
- Multi-media convergence, 15:53
- News coverage, features, 15:40, 45
- News editor, 15:40
- News services, 15:51
- Press councils, 15:53

Pabillano, Jhenifer (Personal communication)

- Journalism schools, 6:213
- Journalistes, 6:213
- Newspapers, 6:213

Paquin, Suzanne, Vice-president, Nunavut Eastern Arctic Shipping Inc. (NEAS), President, Transport Nanuk Inc.

- Act to amend the Canada Shipping Act, the Canada Shipping Act, 2001, the Canada National Marine Conservation Areas Act and the Oceans Act, 20:10–13, 15, 24
- Agreements cited, 20:11
- Canadian Coast Guard (CCG), 20:10–16, 18–20, 25
- Government intervention, 20:12–13
- House of Commons Standing Committees, 20:26
- Lobbying and representation, 20:10–17, 20–8
- Transport Canada, 20:10–11
- Water transport industry, 20:10–18, 20–7

O'Farrell, Glenn, président-directeur général, Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR) – Suite

- Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR), 11:71–
- Choix de publics cibles, 11:76–7, 80–4, 87, 93
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 11:72, 75, 77, 82–4, 87–9, 91–2
- Convergence du multimédia, 11:71, 74, 76–8, 81–2
- Couverture de l'actualité, reportages, 11:80–1
- CTV News, 11:73
- Études et rapports, 11:71–3, 75–7, 91
- Industrie de la publicité, 11:75, 82–4, 92–3
- Interventions gouvernementales, 11:71, 85–7
- Journalistes, 11:78
- Monopolisation des médias, 11:73, 76
- Multiculturalisme, 11:84
- Propriété intellectuelle, 11:74–5, 78–80
- Radiodiffusion, 11:71–2, 74–5, 77–9, 81–2, 85–92
- Société Radio-Canada (SRC), 11:73, 84, 90–1
- Sociétés de radiodiffusion, 11:73
- Structure des industries de médias, 11:85
- Technologie de l'information, 11:74, 78–80, 86

O'Neil, Terry, rédacteur administratif, *The Chronicle-Herald*

- Agences de nouvelles, 15:51
- Alphabétisation, apprentissage aux médias, 15:44–5, 56
- Choix de publics cibles, 15:45–6, 49, 52
- Chronicle-Herald, The*, 15:38–9, 42–8, 53–4, 56
- Conseils de presse, 15:53
- Convergence du multimédia, 15:53
- Couverture de l'actualité, reportages, 15:40, 45
- Écoles de journalisme, 15:53
- Industrie de la publicité, 15:48–9
- Journalistes, 15:39, 45, 52–3, 55–6
- Journaux indépendants, 15:42
- Propriété intellectuelle, 15:53
- Rédacteur en chef, 15:40
- Société Radio-Canada (SRC), 15:37
- Technologie de l'information, 15:38–9, 48–9

Pabillano, Jhenifer (Présentation personnelle)

- Écoles de journalisme, 6:213
- Journalistes, 6:213
- Journaux, 6:213

Paquin, Suzanne, vice-présidente, Nunavut Eastern Arctic Shipping Inc. (NEAS), présidente, Transport Nanuk Inc.

- Accords cités, 20:11
- Chambre des communes, Comités permanents, 20:26
- Garde côtière canadienne (GCC), 20:10–16, 18–20, 25
- Industrie du transport maritime, 20:10–18, 20–7
- Interventions gouvernementales, 20:12–13
- Lobbying et représentation, 20:10–17, 20–8
- Loi modifiant la Loi sur la marine marchande du Canada
- Loi de 2001 sur la marine marchande du Canada, la Loi sur les aires marines nationales de conservation du Canada et la Loi sur les océans, 20:10–13, 15, 24
- Transports Canada, 20:10–11

Paré, Magalie, Director General of CINQ FM Radio Centre-Ville and Member of the Board of Directors of ARCQ, Association des radiodiffuseurs communautaires du Québec (ARCQ)

- Audience targeting, 5:53
- Broadcast media, 5:53, 55
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 5:54
- Lobbying and representation, 5:53-4, 56
- Multiculturalism, 5:53
- Multi-media convergence, 5:54, 56
- Studies and reports, 5:54, 56

Persichilli, Angelo, Political Editor, *Corriere Canadese*

- Audience targeting, 4:51, 56, 58, 60, 63
- Broadcast media, 4:51
- Broadcasting companies, 4:52, 55, 61-2
- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 4:55, 59, 62
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 4:52, 55-6, 60
- Cited laws, 4:56
- CTV News, 4:52, 55, 59
- Ethnic press and media, 4:53-4, 56, 61
- Government intervention, 4:51-2, 56, 61
- Information technology, 4:51-2
- Journalists, 4:54, 57, 59
- Lobbying and representation, 4:50-4, 57-8, 61, 63
- Local television stations, 4:53, 57
- Media industry structure, 4:55
- Media literacy, 4:55
- Media monopolies, 4:51-2, 54
- Multiculturalism, 4:53-4, 57, 62
- Multi-media convergence, 4:57, 60
- News coverage, features, 4:61-3
- Newspapers, 4:56
- Periodicals cited, 4:56
- Publishers and professionals, 4:51-2, 60
- Studies and reports, 4:54
- United Kingdom, media model, 4:62

Pichette, Robert (Personal communication)

- Brunswick News Inc. (BNI), 17:59-60
- Intellectual property, 17:59-60
- Journalism schools, 17:63-4
- Journalists, 17:59-60, 62
- Lobbying and representation, 17:62-3
- Media industry structure, 17:62
- Media monopolies, 17:64
- Multiculturalism, 17:63
- News editor, 17:63
- Newspapers, 17:63-4
- Publishers and professionals, 17:63

Pickard, Jerry (The Hon.), P.C., M.P., Parliamentary Secretary to the Minister of Industry

- Act to amend the Telecommunications Act, 23:10-25
- Audience targeting, 23:11, 18-19
- Bill C-37, An Act to amend the Telecommunications Act, 23:10, 12-13, 23
- Broadcasting companies, 23:15
- Canadian Charter of Rights and Freedoms, 23:11

Paré, Magalie, directrice générale de CINQ FM Radio Centre-Ville et membre du conseil d'administration de l'ARCQ, Association des radiodiffuseurs communautaires du Québec (ARCQ)

- Choix de publics cibles, 5:53
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 5:54
- Convergence du multimédia, 5:54, 56
- Études et rapports, 5:54, 56
- Lobbying et représentation, 5:53-4, 56
- Multiculturalisme, 5:53
- Radiodiffusion, 5:53, 55

Persichilli, Angelo, rédacteur en chef politique, *Corriere Canadese*

- Alphabétisation, apprentissage aux médias, 4:55
- Choix de publics cibles, 4:51, 56, 58, 60, 63
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 4:52, 55-6, 60
- Convergence du multimédia, 4:57, 60
- Couverture de l'actualité, reportages, 4:61-3
- CTV News, 4:52, 55, 59
- Éditeurs et professionnels, 4:51-2, 60
- Études et rapports, 4:54
- Interventions gouvernementales, 4:51-2, 56, 61
- Journalistes, 4:54, 57, 59
- Journaux, 4:56
- Lobbying et représentation, 4:50-4, 57-8, 61, 63
- Lois citées, 4:56
- Monopolisation des médias, 4:51-2, 54
- Multiculturalisme, 4:53-4, 57, 62
- Périodiques cités, 4:56
- Presse et médias ethniques, 4:53-4, 56, 61
- Radiodiffusion, 4:51
- Royaume-Uni, modèle de médias, 4:62
- Société Radio-Canada (SRC), 4:55, 59, 62
- Sociétés de radiodiffusion, 4:52, 55, 61-2
- Stations de télévision locales, 4:53, 57
- Structure des industries de médias, 4:55
- Technologie de l'information, 4:51-2

Pichette, Robert (Présentation personnelle)

- Brunswick News Inc. (BNI), 17:59-60
- Écoles de journalisme, 17:63-4
- Éditeurs et professionnels, 17:63
- Journalistes, 17:59-60, 62
- Journaux, 17:63-4
- Lobbying et représentation, 17:62-3
- Monopolisation des médias, 17:64
- Multiculturalisme, 17:63
- Propriété intellectuelle, 17:59-60
- Rédacteur en chef, 17:63
- Structure des industries de médias, 17:62

Pickard, Jerry (L'hon.), C.P., député, secrétaire parlementaire du ministre de l'Industrie

- Alphabétisation, apprentissage aux médias, 23:11-13, 15, 18-19, 22-4
- Chambre des communes, Comités permanents, 23:12, 16-17
- Charte canadienne des droits et libertés, 23:11
- Choix de publics cibles, 23:11, 18-19

Pickard, Jerry (The Hon.), P.C., M.P., Parliamentary Secretary to the Minister of Industry – *Com'd*

- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 23:10–14, 16–17, 21–2, 24
- Cited laws, 23:12
- Government intervention, 23:16–17
- House of Commons Standing Committees, 23:12, 16–17
- Industry Canada, 23:10, 12–13, 18–20
- Information technology, 23:11
- Media industry structure, 23:15
- Media literacy, 23:11–13, 15, 18–19, 22–4
- United Kingdom, media model, 23:11, 18, 24

Pike, Jagoda, President, CityMedia and Publisher, *The Hamilton Spectator*, Torstar Corporation

- Advertising industry, 11:47
- Canadian Charter of Rights and Freedoms, 11:36–7
- CanWest Global Communications Corporation, 11:16
- Cited court decisions, 11:36
- Federal government agencies, 11:37
- Information technology, 11:24, 30
- Journalists, 11:16, 36–7
- Media industry structure, 11:23, 39
- Media literacy, 11:23–4
- News services, 11:39
- Newspapers, 11:16, 23
- Press councils, 11:38
- Torstar Corporation, 11:16, 23, 47

Pirillo, Dustin (Personal communication)

- Agreements cited, 6:222
- CanWest Global Communications Corporation, 6:221
- Journalism schools, 6:221
- Journalists, 6:222
- Multi-media convergence, 6:221–2
- Newspapers, 6:221

Plourde, Raymond (Personal communication)

- Audience targeting, 16:61, 64
- Broadcast media, 16:64
- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 16:62–4
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 16:62
- Chronicle-Herald, The*, 16:61, 63
- Government intervention, 16:61
- Independent newspapers, 16:61, 63
- Information technology, 16:62
- Journalists, 16:63
- Media monopolies, 16:61–2, 64
- Multiculturalism, 16:61
- Multi-media convergence, 16:62
- United Kingdom, media model, 16:63

Potvin, Kevin (Personal communication)

- CanWest Global Communications Corporation, 6:152
- Government intervention, 6:152, 156
- Independent newspapers, 6:151
- Media industry structure, 6:152
- Multi-media convergence, 6:156
- News editor, 6:152

Pickard, Jerry (L'hon.), C.P., député, secrétaire parlementaire du ministre de l'Industrie – *Suite*

- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 23:10–14, 16–17, 21–2, 24
- Industrie Canada, 23:10, 12–13, 18–20
- Interventions gouvernementales, 23:16–17
- Loi modifiant la Loi sur les télécommunications, 23:10–2
- Lois citées, 23:12
- Projet de loi C-37, Loi modifiant la Loi sur les télécommunications, 23:10, 12–13, 23
- Royaume-Uni, modèle de médias, 23:11, 18, 24
- Sociétés de radiodiffusion, 23:15
- Structure des industries de médias, 23:15
- Technologie de l'information, 23:11

Pike, Jagoda, présidente, CityMedia, et éditrice, *The Hamilton Spectator*, Torstar Corporation

- Agences de nouvelles, 11:39
- Alphabétisation, apprentissage aux médias, 11:23–4
- CanWest Global Communications Corporation, 11:16
- Charte canadienne des droits et libertés, 11:36–7
- Conseils de presse, 11:38
- Décisions des tribunaux, 11:36
- Industrie de la publicité, 11:47
- Journalistes, 11:16, 36–7
- Journaux, 11:16, 23
- Organismes fédéraux, 11:37
- Structure des industries de médias, 11:23, 39
- Technologie de l'information, 11:24, 30
- Torstar Corporation, 11:16, 23, 47

Pirillo, Dustin (Présentation personnelle)

- Accords cités, 6:222
- CanWest Global Communications Corporation, 6:221
- Convergence du multimédia, 6:221–2
- Écoles de journalisme, 6:221
- Journalistes, 6:222
- Journaux, 6:221

Plourde, Raymond (Présentation personnelle)

- Choix de publics cibles, 16:61, 64
- Chronicle-Herald, The*, 16:61, 63
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 16:62
- Convergence du multimédia, 16:62
- Interventions gouvernementales, 16:61
- Journalistes, 16:63
- Journaux indépendants, 16:61, 63
- Monopolisation des médias, 16:61–2, 64
- Multiculturalisme, 16:61
- Radiodiffusion, 16:64
- Royaume-Uni, modèle de médias, 16:63
- Société Radio-Canada (SRC), 16:62–4
- Technologie de l'information, 16:62

Potvin, Kevin (Présentation personnelle)

- CanWest Global Communications Corporation, 6:152
- Convergence du multimédia, 6:156
- Études et rapports, 6:156
- Interventions gouvernementales, 6:152, 156
- Journaux indépendants, 6:151
- Rédacteur en chef, 6:152

Potvin, Kevin (Personal communication) – Cont'd

Studies and reports, 6:156

Prichard, Robert, President and Chief Executive Officer, Torstar Corporation

Advertising industry, 11:40–1, 43, 47–8
 Audience targeting, 11:7, 11–12, 31
 Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 11:22
 Canadian Charter of Rights and Freedoms, 11:8–10, 14, 18, 20, 37, 50
 Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 11:14, 17, 21
 CanWest Global Communications Corporation, 11:7–8, 20
 Cited court decisions, 11:37
 Cited laws, 11:13–14, 16, 21, 34–5
 Ethnic press and media, 11:34
 Federal government agencies, 11:10, 26, 34–6
 Financial assistance, 11:14
Globe and Mail, The, 11:31
 Government intervention, 11:8–10, 13, 16–17, 20–2, 26, 37, 42, 50
 Independent newspapers, 11:23, 47–9
 Information technology, 11:10–12, 17, 19, 27, 33
 Journalism schools, 11:13, 25–7
 Journalists, 11:7–8, 10–11, 13, 15, 22, 27–9, 37, 42, 46
 Media industry structure, 11:9, 12, 14, 23, 27, 33, 38–40, 43–4
 Media monopolies, 11:12, 21–2
 Multi-media convergence, 11:6, 11, 21–2, 34–5, 43, 48–9
 News coverage, features, 11:50
 News editor, 11:10, 34, 43, 46
 News services, 11:13, 39, 41
 Newspapers, 11:31, 33–4
 Press councils, 11:9, 11, 38
 Printing and distribution cost, 11:46
 Publishers and professionals, 11:7, 18–19, 32–3, 39, 41
 Studies and reports, 11:9–12, 50
 Torstar Corporation, 11:6–8, 10–14, 16, 18–22, 27–8, 31–4, 36, 39–41, 43–4, 46–50

Prince, Monique, Desk Journalist at La Presse, and Coordinator, Regroupement des syndicats de Gesca

Advertising industry, 5:110
 Audience targeting, 5:122
 Broadcasting companies, 5:107, 109, 112–13
 Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 5:110, 112, 119–20
 Gesca Ltée, 5:107, 109, 112, 114
 Independent newspapers, 5:118
 Information technology, 5:109–10
 Journalists, 5:108–10, 113, 116, 118–19
 Labour unions, 5:107–8, 116, 120
 Media industry structure, 5:108, 112, 117, 121–2
 Media monopolies, 5:110, 112
 Multi-media convergence, 5:107–9, 112, 116, 119–20, 122
 News editor, 5:110, 114, 116–17
 Newspapers, 5:107–10, 112–13, 117–19, 122
 Publishers and professionals, 5:108–9, 117–18, 121–2

Rainville, Maurice (Personal communication)

Brunswick News Inc. (BNI), 17:143–4
 Canadian Association of Journalists (CAJ), 17:142

Potvin, Kevin (Présentation personnelle) – Suite

Structure des industries de médias, 6:152

Prichard, Robert, président et chef de la direction, Torstar Corporation

Agences de nouvelles, 11:13, 39, 41
 Aide financière, 11:14
 CanWest Global Communications Corporation, 11:7–8, 20
 Charte canadienne des droits et libertés, 11:8–10, 14, 18, 20, 37, 50
 Choix de publics cibles, 11:7, 11–12, 31
 Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 11:14, 17, 21
 Conseils de presse, 11:9, 11, 38
 Convergence du multimédia, 11:6, 11, 21–2, 34–5, 43, 48–9
 Couverture de l'actualité, reportages, 11:50
 Décisions des tribunaux, 11:37
 Écoles de journalisme, 11:13, 25–7
 Éditeurs et professionnels, 11:7, 18–19, 32–3, 39, 41
 Études et rapports, 11:9–12, 50
 Frais d'impression et distribution, 11:46
Globe and Mail, The, 11:31
 Industrie de la publicité, 11:40–1, 43, 47–8
 Interventions gouvernementales, 11:8–10, 13, 16–17, 20–2, 26, 37, 42, 50
 Journalistes, 11:7–8, 10–11, 13, 15, 22, 27–9, 37, 42, 46
 Journaux, 11:31, 33–4
 Journaux indépendants, 11:23, 47–9
 Lois citées, 11:13–14, 16, 21, 34–5
 Monopolisation des médias, 11:12, 21–2
 Organismes fédéraux, 11:10, 26, 34–6
 Presse et médias ethniques, 11:34
 Rédacteur en chef, 11:10, 34, 43, 46
 Société Radio-Canada (SRC), 11:22
 Structure des industries de médias, 11:9, 12, 14, 23, 27, 33, 38–40, 43–4
 Technologie de l'information, 11:10–12, 17, 19, 27, 33
 Torstar Corporation, 11:6–8, 10–14, 16, 18–22, 27–8, 31–4, 36, 39–41, 43–4, 46–50

Prince, Monique, journaliste au pupitre à La Presse et coordonnatrice du Regroupement des syndicats de Gesca

Choix de publics cibles, 5:122
 Convergence du multimédia, 5:107–9, 112, 116, 119–20, 122
 Éditeurs et professionnels, 5:108–9, 117–18, 121–2
 Gesca Ltée, 5:107, 109, 112, 114
 Industrie de la publicité, 5:110
 Journalistes, 5:108–10, 113, 116, 118–19
 Journaux, 5:107–10, 112–13, 117–19, 122
 Journaux indépendants, 5:118
 Monopolisation des médias, 5:110, 112
 Rédacteur en chef, 5:110, 114, 116–17
 Société Radio-Canada (SRC), 5:110, 112, 119–20
 Sociétés de radiodiffusion, 5:107, 109, 112–13
 Structure des industries de médias, 5:108, 112, 117, 121–2
 Syndicats, 5:107–8, 110, 120
 Technologie de l'information, 5:109–10

Rainville, Maurice (Présentation personnelle)

Alphabétisation, apprentissage aux médias, 17:143
 Association canadienne des journalistes, 17:142

Rainville, Maurice (Personal communication) – Cont'd

- Canadian Charter of Rights and Freedoms, 17:142, 144
- Government intervention, 17:142, 144
- Independent newspapers, 17:143
- Journalists, 17:142–4
- Lobbying and representation, 17:142
- Media literacy, 17:143
- Media monopolies, 17:142–3
- Multi-media convergence, 17:144
- Newspapers, 17:142
- Publishers and professionals, 17:142–4
- Studies and reports, 17:143–4

Raudsepp, Enn (Personal communication)

- Advertising industry, 5:29
- Audience targeting, 5:22–3
- Broadcast media, 5:23, 35–6
- Broadcasting companies, 5:25
- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 5:23–4
- Canadian Charter of Rights and Freedoms, 5:24, 27
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 5:25, 36
- CanWest Global Communications Corporation, 5:25
- Globe and Mail, The*, 5:24
- Government intervention, 5:26–9
- Independent newspapers, 5:35
- Information technology, 5:27–8, 35
- Intellectual property, 5:24, 31
- Journalism schools, 5:22, 30, 32–3
- Journalists, 5:23, 25, 30, 32–3, 35
- Media industry structure, 5:22–3, 25, 29, 31, 35
- Media literacy, 5:35
- Media monopolies, 5:25–7
- Multiculturalism, 5:34–5
- Multi-media convergence, 5:22–8, 33
- News coverage, features, 5:33
- News editor, 5:24
- Newspapers, 5:35
- Publishers and professionals, 5:22
- Studies and reports, 5:24, 26

Reaume, Bob, Vice-President, Policy and Research, Association of Canadian Advertisers (ACA)

- Advertising industry, 4:102–6, 108–10, 112, 115
- Audience targeting, 4:103, 109, 113
- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 4:103, 105
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 4:106, 109, 115
- Ethnic press and media, 4:106–7
- Globe and Mail, The*, 4:110
- Government intervention, 4:107
- Lobbying and representation, 4:101–10, 112–15
- Media industry structure, 4:102
- Multi-media convergence, 4:103–4
- Newspapers, 4:108–10

Reid, Racquel (Personal communication)

- Audience targeting, 15:93
- Independent newspapers, 15:93, 95, 97
- Information technology, 15:93–4, 97
- Newspapers, 15:97

Rainville, Maurice (Présentation personnelle) – Suite

- Brunswick News Inc. (BNI), 17:143–4
- Charte canadienne des droits et libertés, 17:142, 144
- Convergence du multimédia, 17:144
- Éditeurs et professionnels, 17:142–4
- Études et rapports, 17:143–4
- Interventions gouvernementales, 17:142, 144
- Journalistes, 17:142–4
- Journaux, 17:142
- Journaux indépendants, 17:143
- Lobbying et représentation, 17:142
- Monopolisation des médias, 17:142–3

Raudsepp, Enn (Présentation personnelle)

- Alphabétisation, apprentissage aux médias, 5:35
- CanWest Global Communications Corporation, 5:25
- Charte canadienne des droits et libertés, 5:24, 27
- Choix de publics cibles, 5:22–3
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 5:25, 36
- Convergence du multimédia, 5:22–8, 33
- Couverture de l'actualité, reportages, 5:33
- Écoles de journalisme, 5:22, 30, 32–3
- Éditeurs et professionnels, 5:22
- Études et rapports, 5:24, 26
- Globe and Mail, The*, 5:24
- Industrie de la publicité, 5:29
- Interventions gouvernementales, 5:26–9
- Journalistes, 5:23, 25, 30, 32–3, 35
- Journaux, 5:35
- Journaux indépendants, 5:35
- Monopolisation des médias, 5:25–7
- Multiculturalisme, 5:34–5
- Propriété intellectuelle, 5:24, 31
- Radiodiffusion, 5:23, 35–6
- Rédacteur en chef, 5:24
- Société Radio-Canada (SRC), 5:23–4
- Sociétés de radiodiffusion, 5:25
- Structure des industries de médias, 5:22–3, 25, 29, 31, 33
- Technologie de l'information, 5:27–8, 35

Reaume, Bob, vice-président, Politique et recherche, Association canadienne des annonceurs (ACA)

- Choix de publics cibles, 4:103, 109, 113
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 4:106, 109, 115
- Convergence du multimédia, 4:103–4
- Globe and Mail, The*, 4:110
- Industrie de la publicité, 4:102–6, 108–10, 112, 115
- Interventions gouvernementales, 4:107
- Journaux, 4:108–10
- Lobbying et représentation, 4:101–10, 112–15
- Presse et médias ethniques, 4:106–7
- Société Radio-Canada (SRC), 4:103, 105
- Structure des industries de médias, 4:102

Reid, Racquel (Présentation personnelle)

- Choix de publics cibles, 15:93
- Journaux, 15:97
- Journaux indépendants, 15:93, 95, 97
- Technologie de l'information, 15:93–4, 97

Reynolds, D. Peter (Personal communication)

Broadcast media, 4:65–6, 70
 Broadcasting companies, 4:68–9
 Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 4:67, 69
 CTV News, 4:67, 69
 Journalists, 4:68
 Local television stations, 4:68, 70
 Multi-media convergence, 4:67
 Publishers and professionals, 4:70
 Technologies for deaf persons, 4:66, 68–9
 United Kingdom, media model, 4:67

Reynolds, Peter G. (Personal communication)

Broadcast media, 4:64
 Canadian Charter of Rights and Freedoms, 4:64
 Conferences cited, 4:64
 Information technology, 4:64
 Local television stations, 4:64–7
 Multi-media convergence, 4:65
 Publishers and professionals, 4:67
 Technologies for deaf persons, 4:64–8

Richstone, Jeff, General Counsel, Legal Services, Canadian Heritage

Act to amend the Telefilm Canada Act and Another Act, 12:67, 69
 Cited laws, 12:67 8
 Government intervention, 12:67, 69
 Telefilm Canada, 12:67, 69

Robert, Wayne, General Manager, Knowledge Network

Audience targeting, 6:82–5, 91–4
 Broadcast media, 6:82–5, 91
 Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 6:90
 Cited laws, 6:82–5
 Financial assistance, 6:84, 86–7
 Information technology, 6:83, 89
 Knowledge Network, 6:82–94
 Local television stations, 6:85
 Media literacy, 6:83
 TVOntario, 6:85

Robichaud, Bernard (Personal communication)

Brunswick News Inc. (BNI), 17:123–4
 Government intervention, 17:124
 Journalists, 17:123–4
 Media industry structure, 17:124
 Media literacy, 17:123–4
 Media monopolies, 17:123–4
 News editor, 17:123
 Newspapers, 17:123
 Publishers and professionals, 17:123–4

Robillard, Claude, Secretary General, Fédération professionnelle des journalistes du Québec (FPJQ)

Broadcasting companies, 5:158
 Cited laws, 5:158
 Ethnic press and media, 5:156
 Government intervention, 5:156
 Intellectual property, 5:157–8
 Journalism schools, 5:161

Reynolds, D. Peter (Présentation personnelle)

Convergence du multimédia, 4:67
 CTV News, 4:67, 69
 Éditeurs et professionnels, 4:70
 Journalistes, 4:68
 Radiodiffusion, 4:65–6, 70
 Royaume-Uni, modèle de médias, 4:67
 Société Radio-Canada (SRC), 4:67, 69
 Sociétés de radiodiffusion, 4:68–9
 Stations de télévision locales, 4:68, 70
 Technologies aux personnes sourdes, 4:66, 68–9

Reynolds, Peter G. (Présentation personnelle)

Charte canadienne des droits et libertés, 4:64
 Conférences citées, 4:64
 Convergence du multimédia, 4:65
 Éditeurs et professionnels, 4:67
 Radiodiffusion, 4:64
 Stations de télévision locales, 4:64–7
 Technologie de l'information, 4:64
 Technologies aux personnes sourdes, 4:64–8

Richstone, Jeff, avocat général, Services juridiques, Patrimoine canadien

Interventions gouvernementales, 12:67, 69
 Loi modifiant la Loi sur Téléfilm Canada et une autre loi en conséquence, 12:67, 69
 Lois citées, 12:67–8
 Téléfilm Canada, 12:67, 69

Robert, Wayne, directeur général, Knowledge Network

Aide financière, 6:84, 86–7
 Alphabétisation, apprentissage aux médias, 6:83
 Choix de publics cibles, 6:82–5, 91–4
 Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 6:90
 Knowledge Network, 6:82–94
 Lois citées, 6:82–5
 Radiodiffusion, 6:82–5, 91
 Stations de télévision locales, 6:85
 Technologie de l'information, 6:83, 89
 TVOntario, 6:85

Robichaud, Bernard (Présentation personnelle)

Alphabétisation, apprentissage aux médias, 17:123–4
 Brunswick News Inc. (BNI), 17:123–4
 Éditeurs et professionnels, 17:123–4
 Interventions gouvernementales, 17:124
 Journalistes, 17:123–4
 Journaux, 17:123
 Monopolisation des médias, 17:123–4
 Rédacteur en chef, 17:123
 Structure des industries de médias, 17:124

Robillard, Claude, secrétaire général, Fédération professionnelle des journalistes du Québec (FPJQ)

Alphabétisation, apprentissage aux médias, 5:161
 Couverture de l'actualité, reportages, 5:161
 Écoles de journalisme, 5:161
 Interventions gouvernementales, 5:156
 Journalistes, 5:158, 161
 Journaux, 5:161

Robillard, Claude, Secretary General, Fédération professionnelle des journalistes du Québec (FPJQ) – Cont'd

- Journalists, 5:158, 161
- Lobbying and representation, 5:156, 160
- Media industry structure, 5:157, 159–60, 162
- Media literacy, 5:161
- News coverage, features, 5:161
- Newspapers, 5:161

Roger, Pierre, Secretary General, Fédération nationale des communications (FNC)

- Audience targeting, 5:129
- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 5:127, 129
- House of Commons Standing Committees, 5:130
- Télé-Québec, 5:127

Rosenzweig, Allan, General Counsel, Telecommunications, Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC)

- Act to amend the Telecommunications Act, 23:30–1, 33–5
- Audience targeting, 23:34
- Bill C-37, An Act to amend the Telecommunications Act, 23:33–4
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 23:30–1, 33, 35–7
- Information technology, 23:35, 37
- Media industry structure, 23:34
- Media literacy, 23:31

Russell, Susan, Executive Director, Canadian Federation of University Women (CFUW)

- Broadcast media, 1:48
- International non-profit organizations, 1:41
- Lobbying and representation, 1:41

Saint-Cyr, Jean, Managing Editor, *L'Acadie Nouvelle*

- Advertising industry, 17:101
- Audience targeting, 17:93–4, 98–9, 101–2
- Broadcasting companies, 17:97, 101
- Brunswick News Inc. (BNI), 17:91–2, 98, 101
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 17:97
- Ethnic press and media, 17:94, 97–9, 102
- Independent newspapers, 17:98, 100–2
- Information technology, 17:93
- Journalism schools, 17:94–5
- Journalists, 17:99
- Lobbying and representation, 17:93–5, 97–8, 101–2
- Media industry structure, 17:97, 101
- Media literacy, 17:94, 98
- Media monopolies, 17:97
- Multiculturalism, 17:98
- News editor, 17:102
- News services, 17:98
- Newspapers, 17:101

Saras, Thomas S., President, National Ethnic Press and Media Council of Canada (NEPMCC)

- Canadian Charter of Rights and Freedoms, 1:23
- Canadian Heritage, 1:27, 36
- Canadian Radio-television and Telecommunications

Robillard, Claude, secrétaire général, Fédération professionnelle des journalistes du Québec (FPJQ) – Suite

- Lobbying et représentation, 5:156, 160
- Lois citées, 5:158
- Presse et médias ethniques, 5:156
- Propriété intellectuelle, 5:157–8
- Sociétés de radiodiffusion, 5:158
- Structure des industries de médias, 5:157, 159–60, 162

Roger, Pierre, secrétaire général, Fédération nationale des communications (FNC)

- Chambre des communes, Comités permanents, 5:130
- Choix de publics cibles, 5:129
- Société Radio-Canada (SRC), 5:127, 129
- Télé-Québec, 5:127

Rosenzweig, Allan, avocat général, Télécommunications, Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC)

- Alphabétisation, apprentissage aux médias, 23:31
- Choix de publics cibles, 23:34
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 23:30–1, 33, 35–7
- Loi modifiant la Loi sur les télécommunications, 23:30–1, 33–5
- Projet de loi C-37, Loi modifiant la Loi sur les télécommunications, 23:33–4
- Structure des industries de médias, 23:34
- Technologie de l'information, 23:35, 37

Russell, Susan, directrice générale, Fédération canadienne des femmes diplômées des universités (FCFUDU)

- Lobbying et représentation, 1:41
- Organismes internationaux à but non lucratif, 1:41
- Radiodiffusion, 1:48

Saint-Cyr, Jean, rédacteur en chef, *L'Acadie Nouvelle*

- Agences de nouvelles, 17:98
- Alphabétisation, apprentissage aux médias, 17:94, 98
- Brunswick News Inc. (BNI), 17:91–2, 98, 101
- Choix de publics cibles, 17:93–4, 98–9, 101–2
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 17:97
- Écoles de journalisme, 17:94–5
- Industrie de la publicité, 17:101
- Journalistes, 17:99
- Journaux, 17:101
- Journaux indépendants, 17:98, 100–2
- Lobbying et représentation, 17:93–5, 97–8, 101–2
- Monopolisation des médias, 17:97
- Multiculturalisme, 17:98
- Presse et médias ethniques, 17:94, 97–9, 102
- Rédacteur en chef, 17:102
- Sociétés de radiodiffusion, 17:97, 101
- Structure des industries de médias, 17:97, 101
- Technologie de l'information, 17:93

Saras, Thomas S., président, National Ethnic Press and Media Council of Canada (NEPMCC)

- Charte canadienne des droits et libertés, 1:23
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 1:29–30

Saras, Thomas S., President, National Ethnic Press and Media Council of Canada (NEPMCC) – *Cont'd*

- Commission (CRTC), 1:29–30
- Ethnic press and media, 1:24–37
- Federal government agencies, 1:32, 35, 40
- Government intervention, 1:29–30, 37
- Information technology, 1:30
- Multi-media convergence, 1:39
- National Ethnic Press and Media Council of Canada (NEPMCC), 1:23–40
- Newspapers, 1:28–9, 35
- Periodicals cited, 1:36–7, 39
- Printing and distribution cost, 1:27, 32–4, 36, 38
- Studies and reports, 1:23

Schiller, Francis, Government Affairs Advisor, Nunavut Eastern Arctic Shipping Inc. (NEAS)

- Act to amend the Canada Shipping Act, the Canada Shipping Act, 2001, the Canada National Marine Conservation Areas Act and the Oceans Act, 20:17–19, 21, 23, 26
- Canadian Coast Guard (CCG), 20:18, 23–5
- Government intervention, 20:26
- House of Commons Standing Committees, 20:18, 26
- Lobbying and representation, 20:18, 21, 23, 26
- Transport Canada, 20:19, 21, 25
- Water transport industry, 20:21, 26

Schneider, Peter W., Executive Vice-President, Primerica Financial Services (Canada) Ltd.

- Act to amend the Telecommunications Act, 23:65–9, 71–3
- Audience targeting, 23:65–7, 72
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 23:66–7, 71–2
- Information technology, 23:73
- Lobbying and representation, 23:65–9, 71–3

Schneidereit, Paul, National President, Canadian Association of Journalists (CAJ)

- Advertising industry, 15:7
- Audience targeting, 15:17
- Broadcast media, 15:13, 22–3
- Canadian Association of Journalists (CAJ), 15:6–8, 12–13, 18–19, 26–31
- Canadian Charter of Rights and Freedoms, 15:7
- Chronicle-Herald, The*, 15:6, 12, 28
- Government intervention, 15:29, 31
- Independent newspapers, 15:17–18, 29
- Information technology, 15:16–17
- Journalism schools, 15:28, 30
- Journalists, 15:6–8, 18–19, 26–7
- Media industry structure, 15:7, 17–18
- Media literacy, 15:31
- Media monopolies, 15:7–8, 12–13, 26–7
- Multi-media convergence, 15:12, 16, 26, 28
- News coverage, features, 15:16, 28
- News editor, 15:8, 12, 27–9
- Publishers and professionals, 15:26

Saras, Thomas S., président, National Ethnic Press and Media Council of Canada (NEPMCC) – *Suite*

- Convergence du multimédia, 1:39
- Études et rapports, 1:23
- Frais d'impression et distribution, 1:27, 32–4, 36, 38
- Interventions gouvernementales, 1:29–30, 37
- Journaux, 1:28–9, 35
- National Ethnic Press and Media Council of Canada (NEPMCC), 1:23–40
- Organismes fédéraux, 1:32, 35, 40
- Patrimoine canadien, 1:27, 36
- Périodiques cités, 1:36–7, 39
- Presse et médias ethniques, 1:24–37
- Technologie de l'information, 1:30

Schiller, Francis, conseiller en relations gouvernementales, Nunavut Eastern Arctic Shipping Inc. (NEAS)

- Chambre des communes, Comités permanents, 20:18, 26
- Garde côtière canadienne (GCC), 20:18, 23–5
- Industrie du transport maritime, 20:21, 26
- Interventions gouvernementales, 20:26
- Lobbying et représentation, 20:18, 21, 23, 26
- Loi modifiant la Loi sur la marine marchande du Canada, la Loi de 2001 sur la marine marchande du Canada, la Loi sur les aires marines nationales de conservation du Canada et la Loi sur les océans, 20:17–19, 21, 23, 26
- Transports Canada, 20:19, 21, 25

Schneider, Peter W., vice-président, directeur général, Primerica Financial Services (Canada) Ltd.

- Choix de publics cibles, 23:65–7, 72
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 23:66–7, 71–2
- Lobbying et représentation, 23:65–9, 71–3
- Loi modifiant la Loi sur les télécommunications, 23:65–9, 71–3
- Technologie de l'information, 23:73

Schneidereit, Paul, président national, Association canadienne des journalistes

- Alphabétisation, apprentissage aux médias, 15:31
- Association canadienne des journalistes, 15:6–8, 12–13, 18–19, 26–31
- Charte canadienne des droits et libertés, 15:7
- Choix de publics cibles, 15:17
- Chronicle-Herald, The*, 15:6, 12, 28
- Convergence du multimédia, 15:12, 16, 26, 28
- Couverture de l'actualité, reportages, 15:16, 28
- Écoles de journalisme, 15:28, 30
- Éditeurs et professionnels, 15:26
- Industrie de la publicité, 15:7
- Interventions gouvernementales, 15:29, 31
- Journalistes, 15:6–8, 18–19, 26–7
- Journaux indépendants, 15:17–18, 29
- Monopolisation des médias, 15:7–8, 12–13, 26–7
- Radiodiffusion, 15:13, 22–3
- Rédacteur en chef, 15:8, 12, 27–9
- Structure des industries de médias, 15:7, 17–18
- Technologie de l'information, 15:16–17

Seed, Tony, Editor and Publisher, *Shunpiking Magazine*

Aboriginal Peoples Television Network (APTN), 15:71
 Audience targeting, 15:58-9, 63-4, 73-4
 Broadcasting companies, 15:67
 Canadian Association of Journalists (CAJ), 15:57
 Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 15:57, 59, 63
 Canadian Charter of Rights and Freedoms, 15:61, 66
Chronicle-Herald, The, 15:63, 75
 Cited court decisions, 15:63-4, 71
 Cited laws, 15:65
 Federal government agencies, 15:63-4, 71
Globe and Mail, The, 15:66
 Government intervention, 15:61-2
 Independent newspapers, 15:70, 73
 Information technology, 15:58, 65, 69-70, 76
 Journalism schools, 15:68
 Journalists, 15:57-61, 67-72
 Lobbying and representation, 15:57-76
 Local television stations, 15:57
 Media industry structure, 15:59, 61-5, 71-2
 Media literacy, 15:58-9, 61-7, 71-2, 74
 Media monopolies, 15:60
 Multi-media convergence, 15:61-2, 65, 69
 News coverage, features, 15:61-7, 69, 72, 74-5
 News editor, 15:65-6, 68, 72, 74-5
 Newspapers, 15:57, 63, 70, 75-6
 Printing and distribution cost, 15:59, 74
 Publishers and professionals, 15:60, 67
 Studies and reports, 15:58, 60, 62

Seleanu, Andre (Personal communication)

Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 5:104
 Cited laws, 5:100
 Conferences cited, 5:100
 Journalists, 5:102
 Media industry structure, 5:100-2
 Multi-media convergence, 5:99-100, 103
 News coverage, features, 5:100-2
 News services, 5:102
 Newspapers, 5:100-3
 Periodicals cited, 5:100, 103
 Publishers and professionals, 5:100, 103
 Studies and reports, 5:101

Shannon, Charles (Personal communication)

CanWest Global Communications Corporation, 5:96, 98
 Government intervention, 5:97, 99
 Journalists, 5:96-9
 Media industry structure, 5:97-9
 Media literacy, 5:97
 Media monopolies, 5:96
 Multi-media convergence, 5:96, 98-9
 News coverage, features, 5:96-7
 News editor, 5:96
 Newspapers, 5:96-7

Shapiro, David, Vice-President and General Counsel, Air Canada

Aviation industry, 10:23-5, 27-9, 31
 Cited laws, 10:27-8

Seed, Tony, éditeur et rédacteur en chef, *Shunpiking Magazine*

Aboriginal Peoples Television Network (APTN), 15:71
 Alphabétisation, apprentissage aux médias, 15:58-9, 61-7, 71-2, 74
 Association canadienne des journalistes, 15:57
 Charte canadienne des droits et libertés, 15:61, 66
 Choix de publics cibles, 15:58-9, 63-4, 73-4
Chronicle-Herald, The, 15:63, 75
 Convergence du multimédia, 15:61-2, 65, 69
 Couverture de l'actualité, reportages, 15:61-7, 69, 72, 74
 Décisions des tribunaux, 15:63-4, 71
 Écoles de journalisme, 15:68
 Éditeurs et professionnels, 15:60, 67
 Études et rapports, 15:58, 60, 62
 Frais d'impression et distribution, 15:59, 74
Globe and Mail, The, 15:66
 Interventions gouvernementales, 15:61-2
 Journalistes, 15:57-61, 67-72
 Journaux, 15:57, 63, 70, 75-6
 Journaux indépendants, 15:70, 73
 Lobbying et représentation, 15:57-76
 Lois citées, 15:65
 Monopolisation des médias, 15:60
 Organismes fédéraux, 15:64, 71
 Rédacteur en chef, 15:65-6, 68, 72, 74-5
 Société Radio-Canada (SRC), 15:57, 59, 63
 Sociétés de radiodiffusion, 15:67
 Stations de télévision locales, 15:57
 Structure des industries de médias, 15:59, 61-5, 71-2
 Technologie de l'information, 15:58, 65, 69-70, 76

Seleanu, Andre (Présentation personnelle)

Agences de nouvelles, 5:102
 Conférences citées, 5:100
 Convergence du multimédia, 5:99-100, 103
 Couverture de l'actualité, reportages, 5:100-2
 Éditeurs et professionnels, 5:100, 103
 Études et rapports, 5:101
 Journalistes, 5:102
 Journaux, 5:100-3
 Lois citées, 5:100
 Périodiques cités, 5:100, 103
 Société Radio-Canada (SRC), 5:104
 Structure des industries de médias, 5:100-2

Shannon, Charles (Présentation personnelle)

Alphabétisation, apprentissage aux médias, 5:97
 CanWest Global Communications Corporation, 5:96, 99
 Convergence du multimédia, 5:96, 98-9
 Couverture de l'actualité, reportages, 5:96-7
 Interventions gouvernementales, 5:97, 99
 Journalistes, 5:96-9
 Journaux, 5:97
 Monopolisation des médias, 5:96
 Rédacteur en chef, 5:96
 Structure des industries de médias, 5:97-9

Shapiro, David, vice-président et conseiller juridique Air Canada

Exportation et développement Canada (EDC), 10:31
 Industrie de l'aéronautique, 10:23-5, 27-9, 31

Shapiro, David, Vice-President and General Counsel, Air Canada – Cont'd

Export Development Canada (EDC), 10:31
International Interests in Mobile Equipment (aircraft equipment) Act, 10:23–7, 29–31

Siggins, Carrie May (Personal communication)

Audience targeting, 6:220
Information technology, 6:220

Skinner, Murray, President, Metroland, Printing, Publishing and Distributing, Torstar Corporation

Information technology, 11:24
Media industry structure, 11:24
Media literacy, 11:24–5
Multiculturalism, 11:32
News editor, 11:35
Newspapers, 11:32, 34
Publishers and professionals, 11:19–20, 45
Torstar Corporation, 11:19, 25, 32, 35, 45

Spears, John, Journalist, The Toronto Star, Communications, Energy and Paperworkers Union of Canada (CEP)

Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 2:43
Canadian Charter of Rights and Freedoms, 2:48
Government intervention, 2:44, 53
Journalists, 2:44, 48–9
Labour unions, 2:43, 45–6, 48–9
Media industry structure, 2:49
Media monopolies, 2:42–3, 45–6, 51
Multi-media convergence, 2:44, 52
News coverage, features, 2:49
News editor, 2:42, 51
Publishers and professionals, 2:46, 52
Studies and reports, 2:43–4, 51
Torstar Corporation, 2:42
United Kingdom, media model, 2:43

St. Aubin, Len, Senior Director, Business and Regulatory Analysis, Telecommunications Policy Branch, Industry Canada

Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 23:14

St-Amand, Yves, General Manager, Association of Quebec

Advertising Agencies (AAPQ)
Advertising industry, 5:77–83, 86–9
Audience targeting, 5:77, 90
Broadcasting companies, 5:80–1, 89
Federal government agencies, 5:86
Government intervention, 5:82–3, 86
Labour unions, 5:78, 82
Lobbying and representation, 5:77–83, 86–90
Media monopolies, 5:78–81
Multi-media convergence, 5:77, 82–3
Publishers and professionals, 5:79, 81
Studies and reports, 5:86
Télé-Québec, 5:90

Shapiro, David, vice-président et conseiller juridique général, Air Canada – Suite

Loi sur les garanties internationales portant sur des matériels d'équipement mobiles (matériels d'équipement aéronautiques), 10:23–7, 29–31
Lois citées, 10:27–8

Siggins, Carrie May (Présentation personnelle)

Choix de publics cibles, 6:220
Technologie de l'information, 6:220

Skinner, Murray, président, Metroland Printing, Publishing Distributing, Torstar Corporation

Alphabétisation, apprentissage aux médias, 11:24–5
Éditeurs et professionnels, 11:19–20, 45
Journaux, 11:32, 34
Multiculturalisme, 11:32
Rédacteur en chef, 11:35
Structure des industries de médias, 11:24
Technologie de l'information, 11:24
Torstar Corporation, 11:19, 25, 32, 35, 45

Spears, John, journaliste, The Toronto Star, Syndicat canadien des communications, de l'énergie et du papier (SCEP)

Charte canadienne des droits et libertés, 2:48
Convergence du multimédia, 2:44, 52
Couverture de l'actualité, reportages, 2:49
Éditeurs et professionnels, 2:46, 52
Études et rapports, 2:43–4, 51
Interventions gouvernementales, 2:44, 53
Journalistes, 2:44, 48–9
Monopolisation des médias, 2:42–3, 45–6, 51
Rédacteur en chef, 2:42, 51
Royaume-Uni, modèle de médias, 2:43
Société Radio-Canada (SRC), 2:43
Structure des industries de médias, 2:49
Syndicats, 2:43, 45–6, 48–9
Torstar Corporation, 2:42

St. Aubin, Len, directeur principal, Analyse industrielle et réglementaire, Direction de la politique des télécommunications, Industrie Canada

Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 23:14

St-Amand, Yves, directeur général, Association des agences de publicité du Québec (AAPQ)

Choix de publics cibles, 5:77, 90
Convergence du multimédia, 5:77, 82–3
Éditeurs et professionnels, 5:79, 81
Études et rapports, 5:86
Industrie de la publicité, 5:77–83, 86–9
Interventions gouvernementales, 5:82–3, 86
Lobbying et représentation, 5:77–83, 86–90
Monopolisation des médias, 5:78–81
Organismes fédéraux, 5:86
Sociétés de radiodiffusion, 5:80–1, 89
Syndicats, 5:78, 82
Télé-Québec, 5:90

Stead, Sylvia, Deputy Editor, *The Globe and Mail*

CTV News, 19:46-7
Globe and Mail, The, 19:40, 47, 50, 55
 Information technology, 19:40, 50, 59
 Journalists, 19:41-2, 46-7, 50, 55
 Local television stations, 19:50
 Multiculturalism, 19:41
 Multi-media convergence, 19:47
 News coverage, features, 19:55
 Press councils, 19:58-9
 Publishers and professionals, 19:46

Steeves, John (Personal communication)

Advertising industry, 17:107
 Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 17:103
 Government intervention, 17:107-8
 Journalists, 17:108-9
 Media industry structure, 17:108-9
 Media monopolies, 17:103-4, 107, 109
 Multi-media convergence, 17:103-4
 News coverage, features, 17:104-6, 108-9
 News editor, 17:105-7, 109
 Newspapers, 17:104-5, 107-8
 Publishers and professionals, 17:103-7

Stein, Ken, Senior Vice-President, Corporate and Regulatory Affairs, Shaw Communications Inc.

Advertising industry, 11:53
 Audience targeting, 11:53-5, 57, 64
 Broadcast media, 11:52, 54, 57, 59, 62, 65-9
 Broadcasting companies, 11:53, 58, 60-1, 64, 70
 Canadian Association of Broadcasters (CAB), 11:66
 Canadian Broadcast Standards Council (CBSC), 11:64
 Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 11:52, 56, 58, 61-3, 66, 70
 Cited laws, 11:59, 62-3
 CTV News, 11:58
 Federal government agencies, 11:59
 Government intervention, 11:55-7, 59, 62-3
 Information technology, 11:52-7, 59, 61, 63-8
 Intellectual property, 11:62
 Media industry structure, 11:51, 55, 68
 Multi-media convergence, 11:53, 55-6, 60, 64-5, 67-9
 Shaw Communications Inc., 11:51-7, 60-1, 63-5, 67, 69-70

Steuter, Erin (Personal communication)

Audience targeting, 17:8, 12, 15, 23
 Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 17:13, 15, 20
 Canadian Charter of Rights and Freedoms, 17:16
Globe and Mail, The, 17:9
 Independent newspapers, 17:14, 20-1
 Information technology, 17:14, 21
 Journalism schools, 17:14, 20-1
 Labour unions, 17:8
 Media industry structure, 17:8, 13
 Media literacy, 17:10, 16, 21-2
 Media monopolies, 17:6-8, 11-12, 15-16, 18-19, 22-3
 Multi-media convergence, 17:6-9, 11-13, 15, 20
 News coverage, features, 17:6-10, 12-14, 17-20
 News editor, 17:6-10, 15-18
 Newspapers, 17:10, 23

Stead, Sylvia, éditrice déléguée, *The Globe and Mail*

Conseils de presse, 19:58-9
 Convergence du multimédia, 19:47
 Couverture de l'actualité, reportages, 19:55
 CTV News, 19:46-7
 Éditeurs et professionnels, 19:46
Globe and Mail, The, 19:40, 47, 50, 55
 Journalistes, 19:41-2, 46-7, 50, 55
 Multiculturalisme, 19:41
 Stations de télévision locales, 19:50
 Technologie de l'information, 19:40, 50, 59

Steeves, John (Présentation personnelle)

Convergence du multimédia, 17:103-4
 Couverture de l'actualité, reportages, 17:104-6, 108-9
 Éditeurs et professionnels, 17:103-7
 Industrie de la publicité, 17:107
 Interventions gouvernementales, 17:107-8
 Journalistes, 17:108-9
 Journaux, 17:104-5, 107-8
 Monopolisation des médias, 17:103-4, 107, 109
 Rédacteur en chef, 17:105-7, 109
 Société Radio-Canada (SRC), 17:103
 Structure des industries de médias, 17:108-9

Stein, Ken, vice-président principal, Affaires corporatives réglementaires, Shaw Communications Inc.

Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR), 11:66
 Choix de publics cibles, 11:53-5, 57, 64
 Conseil canadien des normes de la radiotélévision (CCNR), 11:64
 Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 11:52, 56, 58, 61-3, 66, 70
 Convergence du multimédia, 11:53, 55-6, 60, 64-5, 67-9
 CTV News, 11:58
 Industrie de la publicité, 11:53
 Interventions gouvernementales, 11:55-7, 59, 62-3
 Lois citées, 11:59, 62-3
 Organismes fédéraux, 11:59
 Propriété intellectuelle, 11:62
 Radiodiffusion, 11:52, 54, 57, 59, 62, 65-9
 Shaw Communications Inc., 11:51-7, 60-1, 63-5, 67, 69
 Sociétés de radiodiffusion, 11:53, 58, 60-1, 64, 70
 Structure des industries de médias, 11:51, 55, 68
 Technologie de l'information, 11:52-7, 59, 61, 63-8

Steuter, Erin (Présentation personnelle)

Alphabétisation, apprentissage aux médias, 17:10, 16, 21
 Charte canadienne des droits et libertés, 17:16
 Choix de publics cibles, 17:8, 12, 15, 23
 Convergence du multimédia, 17:6-9, 11-13, 15, 20
 Couverture de l'actualité, reportages, 17:6-10, 12-14, 17
 Écoles de journalisme, 17:14, 20-1
 Éditeurs et professionnels, 17:7-15, 18-19, 22-3
 Études et rapports, 17:10, 19
Globe and Mail, The, 17:9
 Journaux, 17:10, 23
 Journaux indépendants, 17:14, 20-1
 Monopolisation des médias, 17:6-8, 11-12, 15-16, 18-22-3
 Rédacteur en chef, 17:6-10, 15-18
 Société Radio-Canada (SRC), 17:13, 15, 20

Steuter, Erin (Personal communication) – Cont'd

- Publishers and professionals, 17:7–15, 18–19, 21–3
- Studies and reports, 17:10, 19

Steward, Gillian (Personal communication)

- Aboriginal Peoples Television Network (APTN), 8:36
- Audience targeting, 8:27, 29, 34
- Broadcast media, 8:34
- Broadcasting companies, 8:33
- Canadian Association of Journalists (CAJ), 8:21, 2
- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 8:24, 28, 32–3, 35
- CanWest Global Communications Corporation, 8:28–9, 33
- CTV News, 8:24
- Ethnic press and media, 8:36
- Globe and Mail, The*, 8:27
- Government intervention, 8:22
- Independent newspapers, 8:29
- Information technology, 8:27, 33
- Journalism schools, 8:20, 25, 28, 36
- Journalists, 8:20–6, 28–9, 31, 33
- Media industry structure, 8:20–4, 29–31, 34
- Media literacy, 8:32
- Multiculturalism, 8:36
- Multi-media convergence, 8:20, 22, 30, 33
- News coverage, features, 8:26, 28, 31
- News editor, 8:28, 33
- News services, 8:22
- Newspapers, 8:27, 36
- Press councils, 8:33
- Publishers and professionals, 8:20, 31, 36
- Studies and reports, 8:22, 28, 33

Stirling, Jesse, Vice-President, Sales and Marketing, Newfoundland Broadcasting Company

- Broadcasting companies, 14:23
- Newfoundland Broadcasting Company, 14:23–4

Stirling, Scott, President and Chief Executive Officer, Newfoundland Broadcasting Company

- Advertising industry, 14:15–16, 18, 24
- Audience targeting, 14:15–16
- Broadcast media, 14:8–9, 13–14, 21
- Broadcasting companies, 14:12, 17, 23
- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 14:8, 11, 14–16, 20, 24–5
- Canadian Charter of Rights and Freedoms, 14:9
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 14:8–11, 13–14, 16–17
- CTV News, 14:12, 20–1
- Federal government agencies, 14:11
- Government intervention, 14:9, 25
- Information technology, 14:8, 19, 22
- Labour unions, 14:26
- Media industry structure, 14:17
- Multi-media convergence, 14:9, 12, 18–19, 22–3
- Newfoundland Broadcasting Company, 14:5, 7–26
- News coverage, features, 14:12–13
- Periodicals cited, 14:7
- Printing and distribution cost, 14:25

Steuter, Erin (Présentation personnelle) – Suite

- Structure des industries de médias, 17:8, 13
- Syndicats, 17:8
- Technologie de l'information, 17:14, 21

Steward, Gillian (Présentation personnelle)

- Aboriginal Peoples Television Network (APTN), 8:36
- Agences de nouvelles, 8:22
- Alphabétisation, apprentissage aux médias, 8:32
- Association canadienne des journalistes, 8:21–2
- CanWest Global Communications Corporation, 8:28–9, 33
- Choix de publics cibles, 8:27, 29, 34
- Conseils de presse, 8:33
- Convergence du multimédia, 8:20, 22, 30, 33
- Couverture de l'actualité, reportages, 8:26, 28, 31
- CTV News, 8:24
- Écoles de journalisme, 8:20, 25, 28, 36
- Éditeurs et professionnels, 8:20, 31, 36
- Études et rapports, 8:22, 28, 33
- Globe and Mail, The*, 8:27
- Interventions gouvernementales, 8:22
- Journalistes, 8:20–6, 28–9, 31, 33
- Journaux, 8:27, 36
- Journaux indépendants, 8:29
- Multiculturalisme, 8:36
- Presse et médias ethniques, 8:36
- Radiodiffusion, 8:34
- Rédacteur en chef, 8:28, 33
- Société Radio-Canada (SRC), 8:24, 28, 32–3, 35
- Sociétés de radiodiffusion, 8:33
- Structure des industries de médias, 8:20–4, 29–31, 34
- Technologie de l'information, 8:27, 33

Stirling, Jesse, vice-président, Ventes et marketing, Newfoundland Broadcasting Company

- Newfoundland Broadcasting Company, 14:23–4
- Sociétés de radiodiffusion, 14:23

Stirling, Scott, président-directeur général, Newfoundland Broadcasting Company

- Charte canadienne des droits et libertés, 14:9
- Choix de publics cibles, 14:15–16
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 14:8–11, 14, 16–17
- Convergence du multimédia, 14:9, 12, 18–19, 22–3
- Couverture de l'actualité, reportages, 14:12–13
- CTV News, 14:12, 20–1
- Frais d'impression et distribution, 14:25
- Industrie de la publicité, 14:15–16, 18, 24
- Interventions gouvernementales, 14:9, 25
- Newfoundland Broadcasting Company, 14:5, 7–26
- Organismes fédéraux, 14:11
- Périodiques cités, 14:7
- Radiodiffusion, 14:8–9, 13–14, 21
- Société Radio-Canada (SRC), 14:8, 11, 14–16, 20, 24–5
- Sociétés de radiodiffusion, 14:12, 17, 23
- Structure des industries de médias, 14:17
- Syndicats, 14:26
- Technologie de l'information, 14:8, 19, 22

St-Julien, Guy, Special Advisor on Government Relations to the President, Makivik Corporation, Nunavut Eastern Arctic Shipping Inc. (NEAS)

- Act to amend the Canada Shipping Act, the Canada Shipping Act, 2001, the Canada National Marine Conservation Areas Act and the Oceans Act, **20:13**
- Government intervention, **20:27**
- Nunavut Eastern Arctic Shipping Inc. (NEAS), **20:13, 27**
- Water transport industry, **20:13**

Straw, Will (Personal communication)

- Advertising industry, **5:18**
- Audience targeting, **5:8-9, 11, 15, 19**
- Broadcast media, **5:20**
- Broadcasting companies, **5:9-11, 18**
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), **5:17-18, 20**
- CanWest Global Communications Corporation, **5:10**
- Ethnic press and media, **5:16-17**
- Globe and Mail, The*, **5:9, 12-13**
- Government intervention, **5:20**
- Independent newspapers, **5:9, 15**
- Information technology, **5:8-10, 12, 15, 17, 19**
- Intellectual property, **5:10**
- Journalism schools, **5:21**
- Journalists, **5:9-11, 13, 21**
- Media industry structure, **5:10-13, 15, 17, 19-20**
- Media literacy, **5:12, 14, 16**
- Media monopolies, **5:17-19**
- Multi-media convergence, **5:11, 17, 20**
- Newspapers, **5:9-13, 15, 17**
- Publishers and professionals, **5:10, 18**
- Studies and reports, **5:18**
- Torstar Corporation, **5:10, 12, 21**

Sufrin, Mel, Executive Secretary, Ontario Press Council

- Canadian Broadcast Standards Council (CBSC), **4:143**
- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), **4:143**
- Federal government agencies, **4:142**
- Government intervention, **4:134**
- Journalists, **4:134**
- Media industry structure, **4:134-5, 137**
- Media monopolies, **4:143**
- Multiculturalism, **4:140**
- Multi-media convergence, **4:135, 139**
- News coverage, features, **4:134**
- News services, **4:137**
- Newspapers, **4:136, 139, 141-2**
- Press councils, **4:134-6, 140-3**
- Publishers and professionals, **4:139-40**
- Torstar Corporation, **4:143**

Syed, Hasanat Ahmad (Personal communication)

- Advertising industry, **4:70, 74-5**
- Audience targeting, **4:76**
- Canadian Charter of Rights and Freedoms, **4:71**
- Ethnic press and media, **4:70-5**
- Federal government agencies, **4:71-2, 74-5**
- Globe and Mail, The*, **4:74-5**

St-Julien, Guy, conseiller spécial en relations gouvernementales auprès du président, Makivik Corporation, Nunavut Eastern Arctic Shipping Inc. (NEAS)

- Industrie du transport maritime, **20:13**
- Interventions gouvernementales, **20:27**
- Loi modifiant la Loi sur la marine marchande du Canada, **1**
- Loi de 2001 sur la marine marchande du Canada, la Loi sur les aires marines nationales de conservation du Canada et la Loi sur les océans, **20:13**
- Nunavut Eastern Arctic Shipping Inc. (NEAS), **20:13, 27**

Straw, Will (Présentation personnelle)

- Alphabétisation, apprentissage aux médias, **5:12, 14, 16**
- CanWest Global Communications Corporation, **5:10**
- Choix de publics cibles, **5:8-9, 11, 15, 19**
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), **5:18, 20**
- Convergence du multimédia, **5:11, 17, 20**
- Écoles de journalisme, **5:21**
- Éditeurs et professionnels, **5:10, 18**
- Études et rapports, **5:18**
- Globe and Mail, The*, **5:9, 12-13**
- Industrie de la publicité, **5:18**
- Interventions gouvernementales, **5:20**
- Journalistes, **5:9-11, 13, 21**
- Journaux, **5:9-13, 15, 17**
- Journaux indépendants, **5:9, 15**
- Monopolisation des médias, **5:17-19**
- Presse et médias ethniques, **5:16-17**
- Propriété intellectuelle, **5:10**
- Radiodiffusion, **5:20**
- Sociétés de radiodiffusion, **5:9-11, 18**
- Structure des industries de médias, **5:10-13, 15, 17, 19-20**
- Technologie de l'information, **5:8-10, 12, 15, 17, 19**
- Torstar Corporation, **5:10, 12, 21**

Sufrin, Mel, secrétaire exécutif, Conseil de presse de l'Ontario

- Agences de nouvelles, **4:137**
- Conseil canadien des normes de la radiotélévision (CCN), **4:143**
- Conseils de presse, **4:134-6, 140-3**
- Convergence du multimédia, **4:135, 139**
- Couverture de l'actualité, reportages, **4:134**
- Éditeurs et professionnels, **4:139-40**
- Interventions gouvernementales, **4:134**
- Journalistes, **4:134**
- Journaux, **4:136, 139, 141-2**
- Monopolisation des médias, **4:143**
- Multiculturalisme, **4:140**
- Organismes fédéraux, **4:143**
- Société Radio-Canada (SRC), **4:143**
- Structure des industries de médias, **4:134-5, 137**
- Torstar Corporation, **4:143**

Syed, Hasanat Ahmad (Présentation personnelle)

- Charte canadienne des droits et libertés, **4:71**
- Choix de publics cibles, **4:76**
- Couverture de l'actualité, reportages, **4:70, 72-3**
- Éditeurs et professionnels, **4:70**
- Globe and Mail, The*, **4:74-5**
- Industrie de la publicité, **4:70, 74-5**

Syed, Hasanat Ahmad (Personal communication) – Cont'd

- Government intervention, 4:70–3, 75
- Journalists, 4:74
- National Ethnic Press and Media Council of Canada (NEPMCC), 4:73
- News coverage, features, 4:70, 72–3
- Publishers and professionals, 4:70

Tambini, Damian (Personal communication)

- Audience targeting, 19:17–18, 24
- Broadcast media, 19:20, 23–4
- Broadcasting companies, 19:10
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 19:11, 23
- Information technology, 19:9–10, 12, 14, 17–21, 23–4
- Intellectual property, 19:21
- Media industry structure, 19:8–9, 11–12, 16–17, 19, 21, 25–6
- Media literacy, 19:14, 18–19
- Media monopolies, 19:8, 20
- Multi-media convergence, 19:8, 13, 20
- News coverage, features, 19:11, 13
- Newspapers, 19:19
- Press councils, 19:15–16
- Publishers and professionals, 19:17
- Studies and reports, 19:13
- United Kingdom, media model, 19:8–28

Tan, Sid Chow (Personal communication)

- Broadcasting companies, 6:158
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 6:158–9
- Media industry structure, 6:158–9
- Multi-media convergence, 6:158–9
- Shaw Communications Inc., 6:158–9

Taylor, Rob, Senior Analyst, Policy and Communications, Canadian Federation of Independent Business (CFIB)

- Act to amend the Telecommunications Act, 23:39–42, 49–50, 54
- Advertising industry, 23:40
- Audience targeting, 23:41–2
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 23:40–2, 49
- Cited laws, 23:40
- Federal government agencies, 23:50
- House of Commons Standing Committees, 23:50
- Industry Canada, 23:50
- Lobbying and representation, 23:39–42, 49–50, 54
- Media literacy, 23:40

Thompson, Allan (Personal communication)

- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 3:6, 22
- Canadian Charter of Rights and Freedoms, 3:16
- CanWest Global Communications Corporation, 3:7
- Conferences cited, 3:7
- CTV News, 3:6
- Federal government agencies, 3:9–11, 15, 18
- Government intervention, 3:8–9, 11, 15
- Information technology, 3:8, 13
- Intellectual property, 3:14

Syed, Hasanat Ahmad (Présentation personnelle) – Suite

- Interventions gouvernementales, 4:70–3, 75
- Journalistes, 4:74
- National Ethnic Press and Media Council of Canada (NEPMCC), 4:73
- Organismes fédéraux, 4:71–2, 74–5
- Presse et médias ethniques, 4:70–5

Tambini, Damian (Présentation personnelle)

- Alphabétisation, apprentissage aux médias, 19:14, 18–19
- Choix de publics cibles, 19:17–18, 24
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 19:11, 23
- Conseils de presse, 19:15–16
- Convergence du multimédia, 19:8, 13, 20
- Couverture de l'actualité, reportages, 19:11, 13
- Éditeurs et professionnels, 19:17
- Études et rapports, 19:13
- Journaux, 19:19
- Monopolisation des médias, 19:8, 20
- Propriété intellectuelle, 19:21
- Radiodiffusion, 19:20, 23–4
- Royaume-Uni, modèle de médias, 19:8–28
- Sociétés de radiodiffusion, 19:10
- Structure des industries de médias, 19:8–9, 11–12, 16–17, 19, 21, 25–6
- Technologie de l'information, 19:9–10, 12, 14, 17–21, 23–4

Tan, Sid Chow (Présentation personnelle)

- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 6:158–9
- Convergence du multimédia, 6:158–9
- Shaw Communications Inc., 6:158–9
- Sociétés de radiodiffusion, 6:158
- Structure des industries de médias, 6:158–9

Taylor, Rob, analyste principal, Politiques et communications, Fédération canadienne de l'entreprise indépendante (FCEI)

- Alphabétisation, apprentissage aux médias, 23:40
- Chambre des communes, Comités permanents, 23:50
- Choix de publics cibles, 23:41–2
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 23:40–2, 49
- Industrie Canada, 23:50
- Industrie de la publicité, 23:40
- Lobbying et représentation, 23:39–42, 49–50, 54
- Loi modifiant la Loi sur les télécommunications, 23:39–42, 49–50, 54
- Lois citées, 23:40
- Organismes fédéraux, 23:50

Thompson, Allan (Présentation personnelle)

- Alphabétisation, apprentissage aux médias, 3:24
- CanWest Global Communications Corporation, 3:7
- Charte canadienne des droits et libertés, 3:16
- Conférences citées, 3:7
- Convergence du multimédia, 3:19–20, 23
- Couverture de l'actualité, reportages, 3:6–8, 12–15, 20, 24
- CTV News, 3:6
- Écoles de journalisme, 3:8, 18, 20, 22
- Éditeurs et professionnels, 3:6, 18, 22–3

Thompson, Allan (Personal communication) – Cont'd

- International non-profit organizations, 3:12
- Journalism schools, 3:8, 18, 20, 22
- Journalists, 3:5–11, 14–24
- Media industry structure, 3:10, 12–13, 15–17, 20–1, 24
- Media literacy, 3:24
- Media monopolies, 3:6, 9, 17
- Multi-media convergence, 3:19–20, 23
- News coverage, features, 3:6–8, 12–15, 20, 24
- Newspapers, 3:14, 23
- Publishers and professionals, 3:6, 18, 22–3
- Torstar Corporation, 3:5–7, 13

Thomson, John L., Chief Executive Officer and Publisher, Canadian Geographic, Magazines Canada

- Advertising industry, 22:9
- Audience targeting, 22:8–12, 14–16, 21–2, 26
- Canadian Heritage, 22:16
- Conferences cited, 22:24
- Ethnic press and media, 22:10, 20, 24
- Federal government agencies, 22:9, 26
- Financial assistance, 22:11–19, 23, 25
- Government intervention, 22:8, 10, 19, 24–5
- Intellectual property, 22:25
- Journalists, 22:25
- Lobbying and representation, 22:8, 11–12, 14–16, 18–19, 21–2, 24–5, 28
- Media industry structure, 22:8, 11, 21
- Media literacy, 22:10, 14
- Periodicals, 22:8–26, 28
- Periodicals cited, 22:17, 21–3, 25–6, 28
- Printing and distribution cost, 22:9, 11–13, 16–19, 22–3, 25–8
- Publishers and professionals, 22:9, 11, 13–14, 18–20, 23
- Studies and reports, 22:11

Thomson, Mary (Personal communication)

- Audience targeting, 8:37, 40, 43
- Globe and Mail, The*, 8:42, 46
- Government intervention, 8:41
- Information technology, 8:41, 45
- Media industry structure, 8:46
- Media literacy, 8:49
- Multi-media convergence, 8:41, 46
- Newspapers, 8:42
- Printing and distribution cost, 8:40–2, 45

Thorne-Dykstra, Bethany (Personal communication)

- Journalists, 17:125–6
- Media literacy, 17:125–6
- Media monopolies, 17:127
- News coverage, features, 17:125
- News editor, 17:126–7
- Newspapers, 17:125

Tobin, Eric (Personal communication)

- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 17:129
- Canadian Charter of Rights and Freedoms, 17:129
- Globe and Mail, The*, 17:128
- Media industry structure, 17:129
- Media monopolies, 17:127

Thompson, Allan (Présentation personnelle) – Suite

- Interventions gouvernementales, 3:8–9, 11, 15
- Journalistes, 3:5–11, 14–24
- Journaux, 3:14, 23
- Monopolisation des médias, 3:6, 9, 17
- Organismes fédéraux, 3:9–11, 15, 18
- Organismes internationaux à but non lucratif, 3:12
- Propriété intellectuelle, 3:14
- Société Radio-Canada (SRC), 3:6, 22
- Structure des industries de médias, 3:10, 12–13, 15–17, 20–24
- Technologie de l'information, 3:8, 13
- Torstar Corporation, 3:5–7, 13

Thomson, John L., directeur général et éditeur, Canadian Geographic, Magazines Canada

- Aide financière, 22:11–19, 23, 25
- Alphabétisation, apprentissage aux médias, 22:10, 14
- Choix de publics cibles, 22:8–12, 14–16, 21–2, 26
- Conférences citées, 22:24
- Éditeurs et professionnels, 22:9, 11, 13–14, 18–20, 23
- Études et rapports, 22:11
- Frais d'impression et distribution, 22:9, 11–13, 16–19, 22–25–8
- Industrie de la publicité, 22:9
- Interventions gouvernementales, 22:8, 10, 19, 24–5
- Journalistes, 22:25
- Lobbying et représentation, 22:8, 11–12, 14–16, 18–19, 22–24–5, 28
- Organismes fédéraux, 22:9, 26
- Patrimoine canadien, 22:16
- Périodiques, 22:8–26, 28
- Périodiques cités, 22:17, 21–3, 25–6, 28
- Presse et médias ethniques, 22:10, 20, 24
- Propriété intellectuelle, 22:25
- Structure des industries de médias, 22:8, 11, 21

Thomson, Mary (Présentation personnelle)

- Alphabétisation, apprentissage aux médias, 8:49
- Choix de publics cibles, 8:37, 40, 43
- Convergence du multimédia, 8:41, 46
- Frais d'impression et distribution, 8:40–2, 45
- Globe and Mail, The*, 8:42, 46
- Interventions gouvernementales, 8:41
- Journaux, 8:42
- Structure des industries de médias, 8:46
- Technologie de l'information, 8:41, 45

Thorne-Dykstra, Bethany (Présentation personnelle)

- Alphabétisation, apprentissage aux médias, 17:125–6
- Couverture de l'actualité, reportages, 17:125
- Journalistes, 17:125–6
- Journaux, 17:125
- Monopolisation des médias, 17:127
- Rédacteur en chef, 17:126–7

Tobin, Eric (Présentation personnelle)

- Charte canadienne des droits et libertés, 17:129
- Convergence du multimédia, 17:128
- Couverture de l'actualité, reportages, 17:128–30
- Globe and Mail, The*, 17:128
- Journaux, 17:129

Tobin, Eric (Personal communication) – Cont'd

- Multi-media convergence, 17:128
- News coverage, features, 17:128–30
- News editor, 17:128
- Newspapers, 17:129

Tofflemire, Alison (Personal communication)

- Audience targeting, 15:107, 109–10
- Broadcast media, 15:105–7, 110
- Broadcasting companies, 15:108–9
- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 15:105–6, 108–10
- Information technology, 15:108, 110
- Local television stations, 15:105, 108–9
- Media industry structure, 15:110
- Media literacy, 15:108–10
- News coverage, features, 15:108

Vary, François, Consultant and President of the Quebec Council of Media Directors, Association of Quebec Advertising Agencies (AAPQ)

- Advertising industry, 5:85, 87
- Audience targeting, 5:89–90
- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 5:90
- Lobbying and representation, 5:85, 87, 89–90
- Media industry structure, 5:90
- Multi-media convergence, 5:87
- News services, 5:89–90

Volkow, Nick, City Councillor, British Columbia, City of Burnaby

- Broadcast media, 6:128–30, 132
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 6:130
- CanWest Global Communications Corporation, 6:131
- Knowledge Network, 6:132
- Lobbying and representation, 6:128–33
- Media industry structure, 6:129–32
- Multi-media convergence, 6:129, 131–2
- Periodicals cited, 6:131
- Shaw Communications Inc., 6:129, 131–2
- Studies and reports, 6:130–1

Waddell, Christopher (Personal communication)

- Advertising industry, 2:61
- Audience targeting, 2:61–2
- Broadcast media, 2:57–8, 60, 66, 70
- Broadcasting companies, 2:73, 75
- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 2:54–5, 57
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 2:73–6
- CanWest Global Communications Corporation, 2:66, 72
- CTV News, 2:57
- Federal government agencies, 2:61, 71
- Globe and Mail, The*, 2:57, 73
- Government intervention, 2:58, 66, 70–2, 74–5
- Information technology, 2:57–8, 62, 65, 68, 72–3
- Intellectual property, 2:63
- Journalism schools, 2:67
- Journalists, 2:55–7, 62, 64–7, 69, 72
- Local television stations, 2:74
- Media literacy, 2:58, 67–8

Tobin, Eric (Présentation personnelle) – Suite

- Monopolisation des médias, 17:127
- Rédacteur en chef, 17:128
- Société Radio-Canada (SRC), 17:129
- Structure des industries de médias, 17:129

Tofflemire, Alison (Présentation personnelle)

- Alphabétisation, apprentissage aux médias, 15:108–10
- Choix de publics cibles, 15:107, 109–10
- Couverture de l'actualité, reportages, 15:108
- Radiodiffusion, 15:105–7, 110
- Société Radio-Canada (SRC), 15:105–6, 108–10
- Sociétés de radiodiffusion, 15:108–9
- Stations de télévision locales, 15:105, 108–9
- Structure des industries de médias, 15:110
- Technologie de l'information, 15:108, 110

Vary, François, consultant et président du Conseil des directeurs de médias du Québec, Association des agences de publicité du Québec (AAPQ)

- Agences de nouvelles, 5:89–90
- Choix de publics cibles, 5:89–90
- Convergence du multimédia, 5:87
- Industrie de la publicité, 5:85, 87
- Lobbying et représentation, 5:85, 87, 89–90
- Société Radio-Canada (SRC), 5:90
- Structure des industries de médias, 5:90

Volkow, Nick, conseiller municipal, Colombie-Britannique, Ville de Burnaby

- CanWest Global Communications Corporation, 6:131
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 6:130
- Convergence du multimédia, 6:129, 131–2,
- Études et rapports, 6:130–1
- Knowledge Network, 6:132
- Lobbying et représentation, 6:128–33
- Périodiques cités, 6:131
- Radiodiffusion, 6:128–30, 132
- Shaw Communications Inc., 6:129, 131–2
- Structure des industries de médias, 6:129–32

Waddell, Christopher (Présentation personnelle)

- Agences de nouvelles, 2:54, 63, 65
- Alphabétisation, apprentissage aux médias, 2:58, 67–8
- CanWest Global Communications Corporation, 2:66, 72
- Choix de publics cibles, 2:61–2
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 2:73–6
- Convergence du multimédia, 2:54, 56, 59, 61, 63–4, 70, 73
- Couverture de l'actualité, reportage, 2:54–8, 62–4, 68–9
- CTV News, 2:57
- Écoles de journalisme, 2:67
- Éditeurs et professionnels, 2:56–7, 59–60, 62–6, 68–9, 71–2
- Études et rapports, 2:75
- Globe and Mail, The*, 2:57, 73
- Industrie de la publicité, 2:61
- Interventions gouvernementales, 2:58, 66, 70–2, 74–5
- Journalistes, 2:55–7, 62, 64–7, 69, 72
- Journaux, 2:55, 63–7, 74
- Monopolisation des médias, 2:66, 68, 72

Waddell, Christopher (Personal communication) – Cont'd

- Media monopolies, 2:66, 68, 72
- Multi-media convergence, 2:54, 56, 59, 61, 63–4, 70, 73
- News coverage, features, 2:54–8, 62–4, 68–9
- News services, 2:54, 63, 65
- Newspapers, 2:55, 63–7, 74
- Publishers and professionals, 2:56–7, 59–60, 62–6, 68–9, 71–2
- Studies and reports, 2:75
- Torstar Corporation, 2:55, 63

Ward, Raisab (Personal communication)

- Audience targeting, 6:148
- CanWest Global Communications Corporation, 6:148–9
- Information technology, 6:149
- News coverage, features, 6:148–9
- News services, 6:149

Ward, Richard (Personal communication)

- Broadcast media, 6:149–50
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 6:149–50
- Cited laws, 6:149–50
- Government intervention, 6:149–50
- House of Commons Standing Committees, 6:150
- Media industry structure, 6:150
- Studies and reports, 6:150

Ward, Stephen (Personal communication)

- Audience targeting, 6:183–4
- Broadcast media, 6:197
- Broadcasting companies, 6:188–9
- Canadian Association of Journalists (CAJ), 6:181, 191, 195
- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 6:183, 188
- Canadian Charter of Rights and Freedoms, 6:186, 191, 196
- CanWest Global Communications Corporation, 6:195
- Cited laws, 6:200
- Government intervention, 6:196–7
- Information technology, 6:183–4, 188–9
- Intellectual property, 6:186, 190
- Journalism schools, 6:192–3
- Journalists, 6:181–201
- Media industry structure, 6:182–8, 190–3, 197–8, 200
- Media literacy, 6:191
- Media monopolies, 6:194, 196–7
- Multi-media convergence, 6:183–4, 188, 197
- News coverage, features, 6:188, 190, 196
- News editor, 6:189, 191, 195, 198, 201
- News services, 6:184, 189
- Newspapers, 6:189, 199
- Press councils, 6:190–1
- Publishers and professionals, 6:181–2, 185–6, 189–90, 199
- Studies and reports, 6:182–3

Wark, Bruce (Personal communication)

- Audience targeting, 15:79, 81
- Broadcast media, 15:79–81
- Broadcasting companies, 15:78, 82–3, 89
- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 15:76–88, 90–1
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 15:78, 82

Waddell, Christopher (Présentation personnelle) – Suite

- Organismes fédéraux, 2:61, 71
- Propriété intellectuelle, 2:63
- Radiodiffusion, 2:57–8, 60, 66, 70
- Société Radio-Canada (SRC), 2:54–5, 57
- Sociétés de radiodiffusion, 2:73, 75
- Stations de télévision locales, 2:74
- Technologie de l'information, 2:57–8, 62, 65, 68, 72–3
- Torstar Corporation, 2:55, 63

Ward, Raisab (Présentation personnelle)

- Agences de nouvelles, 6:149
- CanWest Global Communications Corporation, 6:148–9
- Choix de publics cibles, 6:148
- Couverture de l'actualité, reportages, 6:148–9
- Technologie de l'information, 6:149

Ward, Richard (Présentation personnelle)

- Chambre des communes, Comités permanents, 6:150
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 6:149–50
- Études et rapports, 6:150
- Interventions gouvernementales, 6:149–50
- Lois citées, 6:149–50
- Radiodiffusion, 6:149–50
- Structure des industries de médias, 6:150

Ward, Stephen (Présentation personnelle)

- Agences de nouvelles, 6:184, 189
- Alphabétisation, apprentissage aux médias, 6:191
- Association canadienne des journalistes, 6:181, 191, 195
- CanWest Global Communications Corporation, 6:195
- Charte canadienne des droits et libertés, 6:186, 191, 196
- Choix de publics cibles, 6:183–4
- Conseils de presse, 6:190–1
- Convergence du multimédia, 6:183–4, 188, 197
- Couverture de l'actualité, reportages, 6:188, 190, 196
- Écoles de journalisme, 6:192–3
- Éditeurs et professionnels, 6:181–2, 185–6, 189–90, 199
- Études et rapports, 6:182–3
- Interventions gouvernementales, 6:196–7
- Journalistes, 6:181–201
- Journaux, 6:189, 199
- Lois citées, 6:200
- Monopolisation des médias, 6:194, 196–7
- Propriété intellectuelle, 6:186, 190
- Radiodiffusion, 6:197
- Rédacteur en chef, 6:189, 191, 195, 198, 201
- Société Radio-Canada (SRC), 6:183, 188
- Sociétés de radiodiffusion, 6:188–9
- Structure des industries de médias, 6:182–8, 190–3, 197–200
- Technologie de l'information, 6:183–4, 188–9

Wark, Bruce (Présentation personnelle)

- Agences de nouvelles, 15:89
- CanWest Global Communications Corporation, 15:77
- Chambre des communes, Comités permanents, 15:78
- Choix de publics cibles, 15:79, 81
- Chronicle-Herald, The*, 15:78–9

Wark, Bruce (Personal communication) – Cont'd

- CanWest Global Communications Corporation, 15:77
- Chronicle-Herald, The*, 15:78–9
- Cited laws, 15:79, 82, 86
- Government intervention, 15:82, 86
- House of Commons Standing Committees, 15:78
- Journalism schools, 15:76, 80, 84
- Journalists, 15:77–8, 86–8
- Media industry structure, 15:77, 80–1, 83, 89
- Media monopolies, 15:86
- Multi-media convergence, 15:77, 83–5
- News coverage, features, 15:88–9
- News services, 15:89
- Newspapers, 15:77, 85
- Publishers and professionals, 15:77
- Studies and reports, 15:77, 79, 82, 84–6
- United Kingdom, media model, 15:85

Warnica, Richard (Personal communication)

- Audience targeting, 6:214–15
- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 6:214
- CanWest Global Communications Corporation, 6:214
- Journalists, 6:214
- Media industry structure, 6:214
- News coverage, features, 6:214

Warshick, Brian (Personal communication)

- Audience targeting, 16:30–3
- Broadcast media, 16:29–32
- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 16:30–2
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 16:30, 32
- Chronicle-Herald, The*, 16:30
- Journalists, 16:32
- Local television stations, 16:29
- Media industry structure, 16:32
- News coverage, features, 16:33–4
- News services, 16:33
- Newspapers, 16:29

Watt, Steven, Director General, *Le Gaboteur*

- Advertising industry, 14:49, 56, 58
- Audience targeting, 14:48–50, 52–3
- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 14:57
- Canadian Heritage, 14:49, 55
- Ethnic press and media, 14:56–9
- Federal government agencies, 14:49, 58
- Financial assistance, 14:49, 52, 55
- Government intervention, 14:51–2, 54–6
- Independent newspapers, 14:47–8, 50–3, 56
- Information technology, 14:49
- Journalists, 14:47, 57
- Lobbying and representation, 14:47, 49, 51, 53, 56–9
- Media industry structure, 14:55
- Media literacy, 14:49, 54
- Multiculturalism, 14:47–9, 51, 54–5, 59
- News editor, 14:55
- News services, 14:57–9
- Newspapers, 14:53
- Printing and distribution cost, 14:50, 53
- Publishers and professionals, 14:47

Wark, Bruce (Présentation personnelle) – Suite

- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 15:78, 82
- Convergence du multimédia, 15:77, 83–5
- Couverture de l'actualité, reportages, 15:88–9
- Écoles de journalisme, 15:76, 80, 84
- Éditeurs et professionnels, 15:77
- Études et rapports, 15:77, 79, 82, 84–6
- Interventions gouvernementales, 15:82, 86
- Journalistes, 15:77–8, 86–8
- Journaux, 15:77, 85
- Lois citées, 15:79, 82, 86
- Monopolisation des médias, 15:86
- Radiodiffusion, 15:79–81
- Royaume-Uni, modèle de médias, 15:85
- Société Radio-Canada (SRC), 15:76–88, 90–1
- Sociétés de radiodiffusion, 15:78, 82–3, 89
- Structure des industries de médias, 15:77, 80–1, 83, 89

Warnica, Richard (Présentation personnelle)

- CanWest Global Communications Corporation, 6:214
- Choix de publics cibles, 6:214–15
- Couverture de l'actualité, reportages, 6:214
- Journalistes, 6:214
- Société Radio-Canada (SRC), 6:214
- Structure des industries de médias, 6:214

Warshick, Brian (Présentation personnelle)

- Agences de nouvelles, 16:33
- Choix de publics cibles, 16:30–3
- Chronicle-Herald, The*, 16:30
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 16:30, 32
- Couverture de l'actualité, reportages, 16:33–4
- Journalistes, 16:32
- Journaux, 16:29
- Radiodiffusion, 16:29–32
- Société Radio-Canada (SRC), 16:30–2
- Stations de télévision locales, 16:29
- Structure des industries de médias, 16:32

Watt, Steven, directeur général, *Le Gaboteur*

- Agences de nouvelles, 14:57–9
- Aide financière, 14:49, 52, 55
- Alphabétisation, apprentissage aux médias, 14:49, 54
- Choix de publics cibles, 14:48–50, 52–3
- Éditeurs et professionnels, 14:47
- Frais d'impression et distribution, 14:50, 53
- Industrie de la publicité, 14:49, 56, 58
- Interventions gouvernementales, 14:51–2, 54–6
- Journalistes, 14:47, 57
- Journaux, 14:53
- Journaux indépendants, 14:47–8, 50–3, 56
- Lobbying et représentation, 14:47, 49, 51, 53, 56–9
- Multiculturalisme, 14:47–9, 51, 54–5, 59
- Organismes fédéraux, 14:49, 58
- Patrimoine canadien, 14:49, 55
- Presse et médias ethniques, 14:56–9
- Rédacteur en chef, 14:55
- Société Radio-Canada (SRC), 14:57
- Structure des industries de médias, 14:55
- Technologie de l'information, 14:49

Webster, Jackie (Personal communication)

Advertising industry, 17:58
 Brunswick News Inc. (BNI), 17:56
 Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 17:53-4, 60, 63
 Canadian Charter of Rights and Freedoms, 17:54
 CanWest Global Communications Corporation, 17:55, 63
Globe and Mail, The, 17:65
 Government intervention, 17:55, 57-8, 61
 Independent newspapers, 17:55-8, 61
 Industry Canada, 17:55
 Intellectual property, 17:56-7, 59-60
 Journalists, 17:54, 56-60, 62-3
 Lobbying and representation, 17:62
 Media industry structure, 17:61-2
 Media monopolies, 17:53-5, 60-1
 Multi-media convergence, 17:53-4
 News coverage, features, 17:54-5, 61, 64-5
 News editor, 17:57
 Newspapers, 17:56-7
 Press councils, 17:62
 Publishers and professionals, 17:52-5, 57-61, 63
 Studies and reports, 17:53, 55

Weldon, James (Personal communication)

Information technology, 6:220
 Media literacy, 6:220

Westcott, Craig (Personal communication)

Advertising industry, 14:67
 Audience targeting, 14:67
 Federal government agencies, 14:63, 65, 68
 Independent newspapers, 14:63-5
 Journalists, 14:64-6
 Media monopolies, 14:66
 Multi-media convergence, 14:63-9
 News coverage, features, 14:63
 News editor, 14:65, 67-8
 News services, 14:66
 Newspapers, 14:63-9
 Publishers and professionals, 14:63-4, 66, 68-9

Wilks, Wendell, Chief Executive Officer, Television Niagara (TVN)

Advertising industry, 4:14-15
 Audience targeting, 4:9-10, 12-14, 16, 21
 Broadcast media, 4:12-13, 15, 18, 22
 Broadcasting companies, 4:8, 10-11, 16, 21
 Canadian Association of Broadcasters (CAB), 4:7
 Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 4:8, 11-14, 18-23
 Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 4:10, 13-17, 20-2
 CanWest Global Communications Corporation, 4:11
 Cited laws, 4:7, 9-11
 CTV News, 4:14, 18, 22
 Federal government agencies, 4:21
 Government intervention, 4:11-12, 14, 22
 Journalists, 4:12, 15, 17-20
 Lobbying and representation, 4:8-9, 15, 20
 Local television stations, 4:17
 Media industry structure, 4:7
 Media monopolies, 4:8

Webster, Jackie (Présentation personnelle)

Brunswick News Inc. (BNI), 17:56
 CanWest Global Communications Corporation, 17:55, 63
 Charte canadienne des droits et libertés, 17:54
 Conseils de presse, 17:62
 Convergence du multimédia, 17:53-4
 Couverture de l'actualité, reportages, 17:54-5, 61, 64-5
 Éditeurs et professionnels, 17:52-5, 57-61, 63
 Études et rapports, 17:53, 55
Globe and Mail, The, 17:65
 Industrie Canada, 17:55
 Industrie de la publicité, 17:58
 Interventions gouvernementales, 17:55, 57-8, 61
 Journalistes, 17:54, 56-60, 62-3
 Journaux, 17:56-7
 Journaux indépendants, 17:55-8, 61
 Lobbying et représentation, 17:62
 Monopolisation des médias, 17:53-5, 60-1
 Propriété intellectuelle, 17:56-7, 59-60
 Rédacteur en chef, 17:57
 Société Radio-Canada (SRC), 17:53-4, 60, 63
 Structure des industries de médias, 17:61-2

Weldon, James (Présentation personnelle)

Alphabétisation, apprentissage aux médias, 6:220
 Technologie de l'information, 6:220

Westcott, Craig (Présentation personnelle)

Agences de nouvelles, 14:66
 Choix de publics cibles, 14:67
 Convergence du multimédia, 14:63-9
 Couverture de l'actualité, reportages, 14:63
 Éditeurs et professionnels, 14:63-4, 66, 68-9
 Industrie de la publicité, 14:67
 Journalistes, 14:64-6
 Journaux, 14:63-9
 Journaux indépendants, 14:63-5
 Monopolisation des médias, 14:66
 Organismes fédéraux, 14:63, 65, 68
 Rédacteur en chef, 14:65, 67-8

Wilks, Wendell, président-directeur général, Television Niagara (TVN)

Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR), 4:7
 CanWest Global Communications Corporation, 4:11
 Choix de publics cibles, 4:9-10, 12-14, 16, 21
 Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 4:10, 13-17, 20-2
 Convergence du multimédia, 4:8-17, 19
 Couverture de l'actualité, reportages, 4:8-9
 CTV News, 4:14, 18, 22
 Industrie de la publicité, 4:14-15
 Interventions gouvernementales, 4:11-12, 14, 22
 Journalistes, 4:12, 15, 17-20
 Journaux, 4:13
 Lobbying et représentation, 4:8-9, 15, 20
 Lois citées, 4:7, 9-11
 Monopolisation des médias, 4:8
 Multiculturalisme, 4:16
 Organismes fédéraux, 4:21
 Radiodiffusion, 4:12-13, 15, 18, 22
 Royaume-Uni, modèle de médias, 4:10, 20

Wilks, Wendell, Chief Executive Officer, Television Niagara (TVN) – *Cont'd*

- Multiculturalism, 4:16
- Multi-media convergence, 4:8–17, 19
- News coverage, features, 4:8–9
- Newspapers, 4:13
- Telefilm Canada, 4:11
- United Kingdom, media model, 4:10, 20

Willcocks, Paul (Personal communication)

- Audience targeting, 6:117–19, 124, 128
- Canadian Charter of Rights and Freedoms, 6:117–18
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 6:118
- CanWest Global Communications Corporation, 6:115, 118
- Ethnic press and media, 6:117–18
- Federal government agencies, 6:118
- Government intervention, 6:118, 122, 125–6
- Information technology, 6:121–3, 125–6
- Intellectual property, 6:121
- Journalists, 6:119–21, 123, 128
- Media industry structure, 6:114–16, 122, 125
- Media literacy, 6:116
- Media monopolies, 6:116–17, 123
- Multi-media convergence, 6:114–17, 119, 126–7
- News coverage, features, 6:114, 119
- News editor, 6:117, 124
- News services, 6:113, 117–19, 125
- Newspapers, 6:113, 117, 123–4
- Publishers and professionals, 6:113–15
- Studies and reports, 6:114

Wilson, Colleen, Vice-Chair, Alberta Press Council

- Press councils, 7:15, 25, 29

Winkler, Paul (Personal communication)

- Advertising industry, 4:45, 48–50
- Audience targeting, 4:41, 43–6, 50
- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 4:39
- CanWest Global Communications Corporation, 4:38–9, 42–3, 45
- Cited court decisions, 4:37, 48
- Federal government agencies, 4:37, 40–3, 46–9
- Globe and Mail, The*, 4:38–9
- Government intervention, 4:40, 42, 47, 49
- Independent newspapers, 4:43, 47
- Information technology, 4:44
- Journalists, 4:37, 44
- Labour unions, 4:38
- Media industry structure, 4:40, 43, 46–7, 50
- Media monopolies, 4:41–3
- Multi-media convergence, 4:37–8, 40, 42, 44, 46, 48–9
- News coverage, features, 4:36–9, 41, 45–6
- News editor, 4:39, 45, 50
- News services, 4:38, 46
- Newspapers, 4:37–41, 46
- Publishers and professionals, 4:38–42, 45–6, 48
- Torstar Corporation, 4:48
- United Kingdom, media model, 4:39

Wilks, Wendell, président-directeur général, Television Niagara (TVN) – *Suite*

- Société Radio-Canada (SRC), 4:8, 11–14, 18–23
- Sociétés de radiodiffusion, 4:8, 10–11, 16, 21
- Stations de télévision locales, 4:17
- Structure des industries de médias, 4:7
- Téléfilm Canada, 4:11

Willcocks, Paul (Présentation personnelle)

- Agences de nouvelles, 6:113, 117–19, 125
- Alphabétisation, apprentissage aux médias, 6:116
- CanWest Global Communications Corporation, 6:115, 118
- Charte canadienne des droits et libertés, 6:117–18
- Choix de publics cibles, 6:117–19, 124, 128
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 6:118
- Convergence du multimédia, 6:114–17, 119, 126–7
- Couverture de l'actualité, reportages, 6:114, 119
- Éditeurs et professionnels, 6:113–15
- Études et rapports, 6:114
- Interventions gouvernementales, 6:118, 122, 125–6
- Journalistes, 6:119–21, 123, 128
- Journaux, 6:113, 117, 123–4
- Monopolisation des médias, 6:116–17, 123
- Organismes fédéraux, 6:118
- Presse et médias ethniques, 6:117–18
- Propriété intellectuelle, 6:121
- Rédacteur en chef, 6:117, 124
- Structure des industries de médias, 6:114–16, 122, 125
- Technologie de l'information, 6:121–3, 125–6

Wilson, Colleen, vice-présidente, Alberta Press Council

- Conseils de presse, 7:15, 25, 29

Winkler, Paul (Présentation personnelle)

- Agences de nouvelles, 4:38, 46
- CanWest Global Communications Corporation, 4:38–9, 42–3, 45
- Choix de publics cibles, 4:41, 43–6, 50
- Convergence du multimédia, 4:37–8, 40, 42, 44, 46, 48–9
- Couverture de l'actualité, reportages, 4:36–9, 41, 45–6
- Décisions des tribunaux, 4:37, 48
- Éditeurs et professionnels, 4:38–42, 45–6, 48
- Globe and Mail, The*, 4:38–9
- Industrie de la publicité, 4:45, 48–50
- Interventions gouvernementales, 4:40, 42, 47, 49
- Journalistes, 4:37, 44
- Journaux, 4:37–41, 46
- Journaux indépendants, 4:43, 47
- Monopolisation des médias, 4:41–3
- Organismes fédéraux, 4:37, 40–3, 46–9
- Rédacteur en chef, 4:39, 45, 50
- Royaume-Uni, modèle de médias, 4:39
- Société Radio-Canada (SRC), 4:39
- Structure des industries de médias, 4:40, 43, 46–7, 50
- Syndicats, 4:38
- Technologie de l'information, 4:44
- Torstar Corporation, 4:48

Wintonyk, Darcy-Anne (Personal communication)

- Information technology, 6:218-19
- Journalism schools, 6:218

Woods, Pierre, Legal Counsel, Crown Corporation Secretariat, Transport Canada

- Transport Canada, 21:36

Wyatt, Steve, Vice-President and Editor-in-Chief, Global Television News, CanWest Global Communications Corporation

- Advertising industry, 13:39-41
- Audience targeting, 13:38-40
- Broadcast media, 13:38
- Canadian Association of Broadcasters (CAB), 13:76
- Canadian Broadcast Standards Council (CBSC), 13:76
- Canadian Broadcasting Corporation (CBC), 13:39
- Canadian Heritage, 13:40
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), 13:40
- CanWest Global Communications Corporation, 13:38-42, 58, 62, 72-4, 76
- Cited laws, 13:40
- CTV News, 13:39
- Information technology, 13:40
- Journalists, 13:41, 58, 61, 72-4
- Multi-media convergence, 13:76
- News coverage, features, 13:39-41, 58, 62, 72
- News editor, 13:41, 76
- Publishers and professionals, 13:72
- Studies and reports, 13:40

Young, Mary Lynn (Personal communication)

- Audience targeting, 6:165
- CanWest Global Communications Corporation, 6:173-4
- Information technology, 6:178
- Journalists, 6:170-1, 178
- Media industry structure, 6:163, 174
- Media literacy, 6:164-5, 179
- Multiculturalism, 6:163
- Newspapers, 6:171, 174
- Publishers and professionals, 6:163-5, 170
- Studies and reports, 6:180

Zatzman, Gary, *Shunpiking Magazine*

- Lobbying and representation, 15:61

Wintonyk, Darcy-Anne (Présentation personnelle)

- Écoles de journalisme, 6:218
- Technologie de l'information, 6:218-19

Woods, Pierre, conseiller juridique, Secrétariat des sociétés, Transports Canada

- Transports Canada, 21:36

Wyatt, Steve, vice-président et rédacteur en chef, Global Television News, CanWest Global Communications Corporation

- Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR), 13:76
- CanWest Global Communications Corporation, 13:38-42, 58, 62, 72-4, 76
- Choix de publics cibles, 13:38-40
- Conseil canadien des normes de la radiotélévision (CCNR), 13:76
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), 13:40
- Convergence du multimédia, 13:76
- Couverture de l'actualité, reportages, 13:39-41, 58, 62, 72
- CTV News, 13:39
- Éditeurs et professionnels, 13:72
- Études et rapports, 13:40
- Industrie de la publicité, 13:39-41
- Journalistes, 13:41, 58, 61, 72-4
- Lois citées, 13:40
- Patrimoine canadien, 13:40
- Radiodiffusion, 13:38
- Rédacteur en chef, 13:41, 76
- Société Radio-Canada (SRC), 13:39
- Technologie de l'information, 13:40

Young, Mary Lynn (Présentation personnelle)

- Alphabétisation, apprentissage aux médias, 6:164-5, 179
- CanWest Global Communications Corporation, 6:173-4
- Choix de publics cibles, 6:165
- Éditeurs et professionnels, 6:163-5, 170
- Études et rapports, 6:180
- Journalistes, 6:170-1, 179
- Journaux, 6:171, 174
- Multiculturalisme, 6:163
- Structure des industries de médias, 6:163, 174
- Technologie de l'information, 6:178

Zatzman, Gary, *Shunpiking Magazine*

- Lobbying et représentation, 15:61



If undelivered, return COVER ONLY to:
Public Works and Government Services Canada –
Publishing and Depository Services
Ottawa, Ontario K1A 0S5

En cas de non-livraison,
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada –
Les Éditions et Services de dépôt
Ottawa (Ontario) K1A 0S5



13155

